



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de
electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Br. Bardales Celis, Sergio (ORCID: 0000-0003-3938-0509)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka (ORCID: 0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

Lima - Perú

2019

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi madre Iraida Celis que desde el cielo me está guiando, protegiéndome y dándome fortaleza para seguir adelante, a mi padre Merardo Bardales por su apoyo incondicional y a dios por darme la familia maravillosa que tengo que son el motivo para realizar mi proyecto.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesora la Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka por haberme brindado sus conocimientos, su tiempo, su humildad y confianza a lo largo del proceso de investigación, a mi esposa Victoria Gutiérrez por su paciencia, a mis tres hijos Iraidita, Sergio, Romario por llenarme de alegría, a mi hermano Robert Bardales por su apoyo incondicional y a la universidad Cesar Vallejo por ser nuestra alma mater.

Página del Jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Declaración Jurada

Yo, Sergio Bardales Celis, estudiante del programa formación para adultos sube, de la facultad de ciencias empresariales; escuela profesional de administración de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Norte, declaro que el trabajo de investigación académico titulado Liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019, es de mi autoría.

Por lo consiguiente declaro:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda la cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsquedas de plagios.
- De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima 25 de noviembre del 2019.



Bardales Celis Sergio

DNI:40895389

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
II. Método	17
2.1. Tipo y diseño de investigación	17
2.2. Operacionalización de variables	19
2.3. Población, muestra y muestreo	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5. Procedimiento	24
2.6. Métodos de análisis de datos	25
2.7. Aspectos éticos	25
III. Resultados	26
3.1. Análisis cuantitativo-Descriptivo	26
3.2. Análisis inferencial	29
3.2.1. Prueba de hipótesis general	29
3.2.2. Prueba de hipótesis específicas	30
IV. Discusión	33
V. Conclusiones	37
VI. Recomendaciones	38
Referencias	39
Anexos	41

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional del área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, distrito de los Olivos, año 2019, la muestra fue censal y estuvo conformada por 50 colaboradores del formato de supermercados que pertenecen al área de electrodomésticos, los datos que se obtuvieron fue por medio de la técnica de recolección de datos, la encuesta medido en la escala de Likert que contiene 24 Ítems, se procesaron los datos mediante el método estadístico inferencial y para esto se utilizó el programa SPSS versión 25; el método de la investigación fue un estudio de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transeccional de nivel correlacional, obteniendo como resultado la existencia de una correlación positiva muy fuerte ($R=0.995$), obteniendo una significancia de $0.000 < 0.05$ por lo que determina que se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 . Concluyo que existe relación significativa entre el liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Palabras claves: Liderazgo, compromiso, influencia, colaborador.

Abstract

The objective of the research was to determine the relationship between the transformational leadership and the organizational commitment of the household appliances area of a supermarket in Lima Norte, Los Olivos district, year 2019, the sample was census and was made up of 50 employees of the supermarket format that belong to the area of household appliances, the data obtained was through the data collection technique, the medical survey on the Likert scale contains 24 items, the data was processed using the inferential statistical method and for this we saw the SPSS program version 25; The research method was an applied type study, with a quantitative approach and a non-experimental design of a cross-sectional cut of correlational level, resulting in the existence of a very strong positive correlation ($R = 0.995$), obtaining a significance of $0.00 < 0.05$ Therefore, it determines that H_0 is rejected and H_1 is accepted. I conclude that there is a significant relationship between transformational leadership and organizational commitment in the area of household appliances in a supermarket in Lima North, 2019.

Keywords: Leadership, commitment, influence, collaborator

I. Introducción

Las tiendas retail en la actualidad están ganando prestigio y reconocimientos como un buen lugar de ambiente laboral, que buscan la comodidad de los colaboradores motivándolos y reconociéndolos ya que son los pilares de la empresa. Según Portal Talenter (2016), define 8 empresas que saben cuidar a sus empleados escrito por Inés Pich 25 de octubre 2016 en el cual resalta a la cadena española de supermercados Mercadona con filial en Portugal uno de los gigantes de Retail, cuenta con 1636 tiendas, 85800 colaboradores estables, muy comprometidos con la empresa y comparten la pasión de excelencia por el servicio. Una de sus políticas es la retribución, comparte los beneficios ganados durante el año con los colaboradores, la empresa brinda estudios de formación constante con la finalidad de perfeccionar el conocimiento del colaborador para que logre optar un cargo de mayor responsabilidad, trata de armonizar la vida laboral y personal de sus colaboradores. La política que emplea Mercadona sobre el trato a sus colaboradores ha sido reconocida a nivel internacional. Según El diario de Sevilla 10 de noviembre 2016 destaca el reconocimiento que le dedico la OIT a Mercadona en su estudio “El Empleo Atípico en el Mundo”, afirmando que la política de Mercadona es apostar por la estabilidad del colaborador y su formación. Continuamente Mercadona recibió otro reconocimiento en el 2018 por el Estudio Merco Talento en donde ocupó el primer lugar en el ranking del sector Retail, estos reconocimientos reflejan que Mercadona apuesta el modo de soporte por la calidad laboral, a la que continuara alimentando con mucho ímpetu. Tal como Falabella (2014), expresa el personal que integra nuestra organización son el cimiento del futuro de Falabella. El progreso del colaborador es valioso para nosotros, por ello dedicamos esfuerzos en prepararlos y hacer de nuestra organización el mejor lugar para trabajar, donde puedan desarrollarse tanto en lo profesional como en lo personal, según el portal Fashion Network(2019) en el artículo “Las mejores empresas para trabajar en América Latina” escrito por Alicia Mares 24 de mayo 2019 nos dice que el más grande retail chileno grupo Falabella subió dos posiciones en el ranking con respecto al 2018 logrando estar en el puesto número 23 como una de las mejores empresas a trabajar en América Latina 2019, este reconocimiento también incluyó a sus filiales Mallplaza y Sodimac. Del mismo modo el portal Lucidez 11 de septiembre 2019, señala que el instituto de asesoría e investigación Great Place to Work ® en su séptima edición de ranking para conocer las mejores empresas peruanas donde trabajar, mediante encuestas confidenciales y anónimas dieron a conocer los

tres supermercados peruanos mencionando a Plaza Vea otorgándole el galardón “Sentido de Equipo”, que premia a la organización que tiene los mejores planes de integración y creación de dirección de equipo y familia. El reconocimiento arriba mencionado a los retail es porque ellos velan por la integridad del colaborador, entienden sus necesidades, los motivan a mejorar a desarrollarse intelectualmente, logrando en ellos la lealtad, logran la identificación con la empresa y alcanzan el máximo compromiso organizacional. El estilo de liderazgo que cada empresa practica es importante ya que influye en los colaboradores de manera positiva o negativa en su rendimiento laboral. Los colaboradores del área donde desempeño mi trabajo se encuentran desmotivados llegando a la falta de compromiso, ya que no hay un respaldo por los jefes de sección, cuando terminas el horario de trabajo muchas veces marcas y regresas a piso de venta para que de esa manera no generes horas extras, el horario tiene una puntualidad al ingreso pero no a la hora de salida, si tienes un problema de salud tiene que ser grave para que puedas lograr un permiso, los encargados de sección muchas veces no tienen en cuenta el bienestar del colaborador, si se pierde algún producto te generan un vale de crédito que te lo descuentan al momento de tu pago, a los colaboradores nuevos los mandan arreglar el almacén originándole pérdida de dinero ya que ellos ganan una comisión por cada producto que venden, esto genera mayor rotación de personal porque no sienten un lugar grato para trabajar. Los colaboradores más antiguos tienen una formación negativa ya que tratan pésimo al colaborador que recién se integra, provocándoles inseguridad. Según Chiavenato (2017), define que el liderazgo se refiere a las actividades de los recursos humanos asociados al trato y a los movimientos de los colaboradores dentro de una organización. En esta apreciación Chiavenato nos dice que el buen desempeño laboral es producto del ambiente que se genera en el área de trabajo, la motivación, inspiración respaldo a los colaboradores por parte del líder logrando el compromiso laboral con la organización, promoviendo su valoración del colaborador ya sea por ascensos, incentivos o reconocimiento. El problema que se identificó en el área de electrodomésticos es la falta de compromiso de los colaboradores por falta de motivación y reconocimiento, por la deslealtad de los jefes de sección, ellos dan prioridad a quedar bien con sus superiores, no apoyan a mejorar y desarrollar el área de trabajo. Por eso tengo la necesidad de llevar a cabo un estudio de investigación para poder evaluar si el liderazgo transformacional mejora el compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Se identificó un grupo de investigaciones que han sido narradas a problemáticas semejantes, adaptadas en tesis y artículos de investigación trabajadas en los últimos años, por lo tanto, sostendrán la investigación y las cuales serán mostradas a continuación entre artículos y tesis internacionales y nacionales.

Para rivera et al. (2018), definen en el artículo “Georreferenciación y su influencia en el liderazgo organizacional: Una mirada desde el desarrollo de las habilidades directivas”. *Revista Espacios*, 39(34) su objeto fue saber el modo de liderazgo de una empresa de seguros conocida internacional y nacionalmente en Colombia. Se estableció el diseño de investigación como un desarrollo desde un prototipo positivo con enfoque cuantitativo no experimental, del tipo descriptivo para ello, se utilizó un cuestionario multifactorial de liderazgo (MLQ) la muestra se conformó por 48 directores de ventas, concluye que el 100% de directores de venta son considerados jefes transformacionales, esto quiere decir que se detecta un nivel elevado en liderazgo. se sugiere que, sigan en una mejora continua en las conductas y el potencial en las áreas de trabajo de cada empresa, pudiendo aumentar o descubrir líderes internos. Asimismo, se comprueba que lo más influyente en el compromiso de los colaboradores es la inspiración motivacional y la eficacia.

Asimismo, Laca et al. (2015), definen en su artículo “Relación de la Socialización Organizacional y el Compromiso Organizacional en Trabajadores Mexicanos” *Revista Redalyc.Org* 18(34) su objeto es confirmar la relación entre la socialización organizacional y el compromiso organizacional en colaboradores mexicanos. El estudio es cuantitativo, correlacional descriptivo, transversal, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario, la muestra está conformada por 169 colaboradores mexicanos de tiempo completo. Concluye que la socialización organizacional es un modelo dinámico y simultáneo, tiene correlaciones significativas y positivas con el compromiso organizacional. Los participantes en primer lugar tienen una influencia en las perspectivas como futuros trabajadores por que han logrado beneficios y permanencia; en segundo lugar, comprenden el funcionamiento de la organización y finalmente se practica el trabajo en equipo.

Según Caridi et al. (2018) expresan en su artículo “Liderazgo transformacional y engagement en directivos en salas de juego de Mar del Plata” *Revista Psychology, Society*,

& *Education*, 10(2) su objeto es hacer un análisis entre liderazgo transformacional y engagement en directivos de salas de juego de la ciudad de mar de plata argentina, ya que son dos variables críticas a la hora de gestionar los procesos. El estudio es de método cuantitativo, tiene carácter descriptivo correlacional, transversal, se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, la muestra tomada fue 20 directivos de las salas de juego de la ciudad Mar de Plata. Concluye que los directivos tienen un nivel muy bajo en las dimensiones de liderazgo que son consideración individual e influencia idealizada. Se sugiere realizar un feedback con los directivos para que puedan entender al colaborador de sus insatisfacciones en el trabajo y de esta manera lograr una buena salud mental y un excelente clima laboral en la organización.

Teniendo en cuenta a Guerrero (2017), expresa en el artículo “Los estilos de liderazgo en empresarias ecuatorianas y su influencia en el desempeño de sus colaboradores”. *Revista INNOVA*, 2(2) su objeto es corroborar las diferencias posibles entre los distintos estilos de liderazgo actual en las mujeres y hombres, así como su influencia de éstos en el progreso de los grupos que administran. El estudio será desarrollado bajo la metodología cuantitativa, se llevarán a cabo encuestas utilizando el cuestionario multifactorial de liderazgo (MLQ) desarrollado por B. Bass, que se aplicara en los equipos de trabajo de líderes mujeres y hombres de diferentes empresas de la ciudad de Guayaquil. Se determinó una muestra de 40 trabajadores por empresa, 20 dirigidos por mujeres y 20 dirigidos por hombres, concluye que el liderazgo que emplean las mujeres es el transformacional y el de los hombres el transaccional, influyendo cada estilo en el compromiso del colaborador.

Por otro lado, Peña et al (2016), identifican “El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas”. *Revista internacional Administración & Finanzas*, 9(5) su objeto fue determinar los factores que tienen mayor relevancia en el compromiso Organizacional de las microempresas de la industria metal-mecánica de Monclova, Coahuila. Se estableció el diseño metodológico de investigación que corresponde a una investigación de campo, transeccional, mixta (y cualitativa y cuantitativa) de tipo descriptivo para ello, se utilizó la escala de Likert de Meyer y Allen (1991), en donde se evaluó el compromiso afectivo, de continuidad y normativo. La muestra se conformó por 60 colaboradores. Concluye que, para estimular el interés o compromiso de los colaboradores hacia el éxito de la organización se debe generar un buen

clima laboral, para lograr un buen y alto compromiso del colaborador se sugiere dar incentivos y reconocimiento al personal para que de esta manera se sientan motivados y apegados a la organización; porque la fortaleza principal de una empresa es su personal.

Huamán (2017), considera “Estilos de liderazgo y gestión administrativa del gobierno Regional de Ucayali”. Revista de investigación científica cultura viva amazónica, 2(4) su objeto es comprobar la relación de liderazgo y la gestión administrativa del gobierno regional Ucayali, por el cual se estableció el diseño no experimental ,transversal ,del tipo descriptivo correlacional para ello ,la muestra se conformó 334 trabajadores ,concluye que no hay correlación significativa entre los estilos de liderazgo sobre a la gestión administrativa del Gobierno Regional de Ucayali, se sugiere capacitación a los colaboradores que ocupen un cargo de jefatura sobre el manejo de personal, para mejorar el nivel de liderazgo y tener mejor eficiencia en la gestión administrativa.

Solís (2016), define en su tesis el liderazgo y su relación con el empowerment de los trabajadores administrativos de la universidad nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2016 Tesis para optar el Título profesional de licenciado en administración de empresas, su objeto es determinar la correlación entre liderazgo y empowerment de los trabajadores administrativos de la universidad nacional José María Arguedas Andahuaylas 2016, se estableció la investigación tuvo como diseño no experimental, del tipo descriptivo transeccional, correlacional para ello ,se usó como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario la muestra se conformado completamente por los trabajadores que realizan trabajo administrativa un total de 60 personas ,concluye que la investigación presente frente al objetivo general, determina que la correlación es fuerte significativa entre liderazgo y empowerment de los trabajadores administrativos de la universidad nacional José María Arguedas ,Andahuaylas 2016 ,se sugiere a las organizaciones dar empoderamiento al personal para evitar la sobrecarga de trabajo ,el colaborador logra experiencia y se va formando futuros líderes.

Colque (2018), define en su tesis Percepción del trabajo decente y su relación en el compromiso laboral en una empresa retail - Arequipa 2018, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa tesis para optar el título de magister en administración de empresas , el objeto general de esta investigación, fue hacer un análisis sobre la influencia de los factores

de trabajo decente en el compromiso laboral de los trabajadores en una empresa retail, la investigación tiene enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel correlacional y transversal, la técnica empleada para la recolección de información fue la encuesta y el instrumento cuestionario. La investigación utilizó dos instrumentos, en el primero, se utilizó juicio de expertos para la validez del instrumento, en el segundo, se utilizó el modelo de compromiso AON Hewitt. Para análisis y procesamiento de la información se usó el programa SPSS y Microsoft Excel, concluye que el sector retail en la ciudad de Arequipa e, hay problemas de condiciones de trabajo, por ello impacta en el compromiso laboral de los trabajadores, este problema evidencia la alta rotación de los colaboradores es palpable en este rubro.

Según Alvarado et al. (2016), expresa en su tesis “Estilos de liderazgo y compromiso organizacional con mediación de engagement en técnicos de maquinaria pesada, Universidad del pacifico, tesis para optar el título de magister en administración de empresas, el objeto general de la investigación es identificar el estilo de liderazgo que genera mayor compromiso en la población de técnicos de Motores Perú, la investigación se realizó mediante el enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel correlacional de corte transversal, la técnica para la recolección de información se usó la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se aplicó el (MLQ) Multifactorial Leadership Questionnaire, que fue desarrollado por Bernard Bass y Bruce Avolio (Bass 1985; Bass y Avolio 2004), con el objeto de evaluar las diferentes variables del estándar de Liderazgo, para el compromiso organizacional se usó el cuestionario de Meyer y Allen (1997), que mide las dimensiones del compromiso que son tres: afectiva, normativa y de continuidad. La muestra fue conformada por 196 técnicos a los cuales se le aplicó la encuesta, concluye El liderazgo de estilo transformacional y el estilo liderazgo transaccional pronostican el compromiso organizacional de tipo normativo y de continuidad correspondientemente.

Asimismo, Olortegui et al. (2019), definen en su tesis Felicidad y Compromiso Organizacional en una empresa del sector farmacéutico peruano, Universidad Católica del Perú, tesis para optar el título de magister en administración de empresas, La presente investigación tiene como objeto establecer si hay influencia que produce la felicidad sobre

el compromiso organizacional en una empresa del sector farmacéutico a nivel nacional y con sede en Lima. El estudio de investigación tiene enfoque cuantitativo, no experimental, transeccional, con nivel de alcance correlacional, la muestra es 305 colaboradores de la empresa farmacéutica en estudio, la técnica que se usó en la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, cuestionarios: OHQ de Hills y Argyle (2002) de la felicidad, y OCQ de Meyer y Allen (1990) del compromiso organizacional, concluye que no hay una directa significativa entre el compromiso continuo y las siguientes dimensiones de la felicidad, sentido positivo de la vida, alegría de vivir, y realización personal.

Desde otra perspectiva es importante examinar las teorías referidas al tema de investigación, las cuales sostienen la investigación y sirven como ruta para el análisis de la realidad estudiada. En este aspecto, la **teoría del liderazgo transformador** de Mc Gregor (1978) citado por Yukl (2015), nos dice que el líder transformador recurre a los valores morales de sus seguidores para sus responsabilidades éticas utilizando sus energías y recursos para remodelar la organización. Esta teoría es un gran aporte para la sección de electrodomésticos ya que el jefe comenzaría a conocer a sus colaboradores más profundamente, conociendo sus valores morales y éticos, como ejemplo, la responsabilidad, el nivel de competencia, lealtad dedicación, de esta manera se puede obtener un equipo de trabajo solido logrando transformar el área de electrométricos en un buen ambiente laboral.

Por lo consiguiente, la **teoría de los rasgos** Digman y Houhg (1990; 1992) citado por Yukl (2015), define que Digman y Houhg en su estudio están simplificando la teoría de los rasgos, logrando un estudio prometedor ya que definen de forma genérica los cinco rasgos de la personalidad que son: sugerencia o extroversión, fiabilidad o responsabilidad, ajuste o neuroticismo, intelectancia o apertura de la experiencia y afabilidad. En esta teoría de los rasgos su aporte es bueno para nuestra sección de trabajo ya que nos pone claramente como reconocer un líder, alguien muy social, comunicativo, espontaneo que brinda garantía sobre lograr el propósito del área con responsabilidad, que sabe controlar sus emociones, una persona empática, optimista de una mentalidad abierta al conocimiento.

Según Robbins (2017), nos dice **la teoría de los rasgos o el gran hombre**, en el transcurrir del tiempo los grandes líderes han sido referidos por sus rasgos. Las investigaciones han tratado de reconocer a los líderes por su personalidad, físico, social, intelectual que los diferencian de los que no son líderes, la teoría de los rasgos está enfocado tanto en las características como en las cualidades de la persona, siendo uno de los rasgos que más resalta el de extroversión para predecir el liderazgo eficaz. Este aporte motiva de manera positiva ya que los colaboradores tienen una oportunidad de asumir un cargo, no solo es la presencia, personalidad, sino que también tiene que ver las cualidades del colaborador identificando a las personas extrovertidas como las más eficaces para influenciar al grupo.

Según Robbins (2017), nos dice que **la teoría disonancia cognoscitiva** trata de explicar la relación de las actitudes con el comportamiento cualquier desatino genera incomodidad, los líderes tienen que conocer sus actitudes saber manejar sus emociones frente a cualquier problema ya que esto lo hará más eficaz a la hora de guiar a sus subordinados y tomar una decisión, deben conocer su propio comportamiento, un claro ejemplo es cuando una persona sacrifica la rentabilidad de su empresa frente al trato compasivo a los colaboradores. Resalto esta teoría porque en la organización hay mucha preferencia, los cargos de mayor responsabilidad están ocupados por algunas personas incapaces de liderar un grupo, pero son conocidos o familiares de un jefe que ocupa un cargo importante en la organización, generando incomodidad e insatisfacción de los colaboradores porque no tienen una oportunidad de hacer línea de carrera en la organización.

Por lo tanto, **la teoría del liderazgo ruta-meta** Según House (1971), citado por Yukl (2015) nos dice, consiste en motivar a los subordinados en hacer crecer sus resultados personales por llegar a las metas laborales, guiarlos y que estos resultados sean fáciles de reconocer y alcanzar, reduciendo los obstáculos y poniendo claro el camino a seguir aumentando de esta manera la satisfacción laboral. El líder debe incrementar la motivación para que los subordinados puedan llegar a las metas individuales y de la organización. Esta teoría en la sección será de gran utilidad, ya que hay personal nuevo y necesita ser asesorado, guiado para que logre alcanzar su objetivo en ventas, el encargado debe facilitar información para que los procesos sean más claros y eficientes, no crear dependencia, no liderar

egocéntricamente, al contrario, debe ser una persona transformadora dirigida hacia el éxito de la sección.

Por lo consiguiente Yukl (2015), nos dice sobre **la teoría de la conducta** que al inicio se desarrolló dos conductas que fueron definidas como genéricas las cuales eran liderazgo alentador que expresa consideración, y liderazgo directivo que trata de informar de cómo desarrollar el trabajo, posteriormente surgió una versión nueva de House y Mitchell (1974), que definen la conducta del líder en cuatro conductas que son: Liderazgo alentador, presta atención, preocupación por las necesidades y bienestar de los subordinados. Liderazgo directivo, informa a los subordinados que se espera de ellos, ordenando que sigan las normas, procedimientos y coordina el trabajo. Liderazgo participativo, se tiene en cuenta las opiniones y sugerencias de los subordinados y por último el liderazgo orientado a la consecución, busca mejorar el rendimiento definiendo metas difíciles, mostrando confianza en que los subordinados alcanzaran los estándares elevados. La teoría mencionada sobre la conducta del líder, debe ser practicada en nuestra sección, alentar a la fuerza de ventas a lograr sus objetivos, poner en claro el objetivo de la sección y supervisarlos, escuchar a los vendedores y brindarles confianza sobre su desempeño en el piso de ventas.

Según Chiavenato (2017), **la teoría de la motivación** se clasifica en tres, las cuales son: primer lugar, **las teorías de contenido**, llamado también pirámide de las necesidades que fue estudiado por Maslow (1908) citado por Chiavenato (2017) expresa los seres humanos tenemos las necesidades fisiológicas que son tener un hogar, alimentación, bebidas, sueño, sexo, etc. Son llamadas también necesidades básicas que al no cumplir una de estas necesidades influye en el comportamiento de la persona. Necesidad de seguridad que se enlaza con vivir libre de amenazas estando protegido contra los peligros internos o externos del entorno. Necesidades sociales que se trata de pertenecer a un grupo, amor y afecto lograr integrarse a la sociedad. Las necesidades de la estima que trata de tener amor propio, confianza de sí mismo y una buena autoestima. La necesidad de la autorrealización, considerada la más alta del ser humano donde se mide sus aptitudes y capacidades reflejando su esfuerzo por alcanzar un buen potencial permitiéndole desarrollarse continuamente al transcurso del tiempo. Esta teoría es de gran importancia para los colaboradores de la sección de electrodomésticos para lograr el compromiso en ellos ya que Maslow dice necesidad fisiológica, lo interpreto que el colaborador debe tener una buena alimentación, horario

estable y descanso. Segunda necesidad de seguridad, la organización debe contar con un tóxico de atención, al salir muy tarde del trabajo la organización debe darle seguridad en transporte, en el uso de maquinaria debe contar con los estándares de seguridad, como guantes, zapatos de punta de fierro etc. Necesidades sociales se debe estimular la confraternidad fomentando el deporte los almuerzos de camaradería, integrar a la familia de los colaboradores en los eventos de la organización, de esta manera los colaboradores actuaran de forma recíproca con la empresa. Necesidad de la estima, los jefes de área deben ayudar a elevar la estima del colaborador reconociéndolos por su entrega y dedicación al trabajo, aumentando su compromiso en la organización. Necesidad de autorrealización la organización debe brindar oportunidad a los colaboradores de la organización a ocupar un puesto de mayor responsabilidad, logrando en el colaborador una motivación por que seguir laborando en la organización ya que valoraría el tiempo designado y lo ganado en la empresa.

En segundo lugar, está la **teoría multifactorial** estudiado por Herzberg (1968), citado por Chiavenato (2017), define el primer factor higiénico, son los que dan satisfacción siempre y cuando se cumplan, entre ellos tenemos los salarios, condiciones laborales, la seguridad y la socialización. Si en caso uno de estos no se cumpliera automáticamente se convierte en insatisfacción. En segundo factor llamado factor motivacional que se refiere al trabajo que estimula permitiendo desarrollarse en plenitud, se logra sentimiento de autorrealización, reconoce el trabajo bien hecho, brinda responsabilidades en un puesto de trabajo más alto, donde desarrolla el potencial de sus habilidades personales, la autoevaluación del desempeño y objetivos con relación al trabajo. Los factores higiénicos o extrínsecos, en el área de electrodomésticos, falta que logren satisfacer al colaborador ya que sus remuneraciones son bajas y el estilo de liderazgo es muy autoritario, con respecto al factor motivacional o intrínseco, el colaborador no se siente reconocido, incentivado por la organización, a pesar que el colaborador tiene la habilidad y capacidad para ser encargado de la sección no se la dan, desmotivándolo y logrando la falta de compromiso con la sección.

En el tercer lugar está, la **teoría motivacional de fijación de metas** estudiada Locke (1969) citado por Chiavenato (2017) que nos dice, qué tanto esfuerzo tiene que hacer la persona para lograr el objetivo, mientras mejor este definido el objetivo y más difícil sea alcanzarlo mejor serán los resultados, realimentar el logro por objetivo mejora los resultados. Esta teoría no se cumple en la sección por que los vendedores tienen una meta de

comisión(techo), si pasan la meta siguen ganando lo mismo, lo que hacen los vendedores es pasar las ventas a otros vendedores, o si no dejan de atender a los clientes por que no tienen ningún beneficio.

Según Chiavenato (2017), nos dice que la **teoría del refuerzo** es lo contrario a la teoría por objetivos ya que se basa al enfoque cognitivo la persona tiene una conducta de acuerdo a lo que persigue, la conducta que tiene un resultado agradable suele repetirse mientras que la conducta que obtuvo un resultado desagradable no suele repetirse ,el refuerzo positivo trata de incentivar al trabajador por una actitud de buen desempeño, mientras que el refuerzo negativo es la exigencia al trabajador que deje de estar cometiendo errores. La teoría del refuerzo es de gran apoyo para la sección de electrodomésticos porque cada colaborador necesita ser reconocido, valorado por su buen desempeño. En caso de mi sección de trabajo seria recibir un vale de consumo por salir mejor vendedor de la organización, o ser nombrado colaborador del mes ya que este comportamiento se volvería repetir.

Es de suma importancia definir algunas ideas referidas al tema investigado, ya que permiten comprender mejor el ambiente sobre el cual se desarrollan las actividades investigadas, a continuación, se muestran definiciones de la variable 1, Liderazgo transformacional.

Según Yukl (2017), define que el líder transformacional, origina en los colaboradores confianza, lealtad, respeto y admiración, los hace más reflexivos con respecto al valor de los resultados del trabajo, los induce a salir fuera de su interés egoísta para lograr el trabajo en equipo, mejorar y ver por su bienestar de la organización, el líder transformacional incrementa el rendimiento y la motivación de los colaboradores.

Como dice David (2013), adiciona que el líder estable una relación buena con sus colaboradores, son empáticos con las necesidades y la intranquilidad de los subordinados, representando como modelo a seguir, son justos confiables. David expresa que el modelo de liderazgo es el transformacional son los que más comprometen al colaborador explotando lo mejor de ellos.

Como afirma Deloitte (2015), nos dice que los líderes son evaluados en base a resultados comerciales, las organizaciones tienen que empezar hacer responsables a los líderes de construir una cultura perdurable y fuerte, recibir retroalimentación y lograr la retención de los equipos de trabajo. No solo se trata de lograr los objetivos sino también de hacer crecer el conjunto la fuerza de trabajo, los líderes transaccionales manejan la recompensa como un intercambio al objetivo.

Para Robbins (2017), define que los líderes transformacionales, a través del prestigio ganado proporcionan un enfoque de misión, inspira respeto orgullo y convicción en las relaciones con los colaboradores del equipo, impulsan cambios de visión que dirigen a todo colaborador a desistir de sus intereses particulares para encontrar la utilidad colectiva, aun cuando sus necesidades personales no estén satisfechas.

Según Koontz (2012), nos dice que los líderes transformacionales logran poseer ciertos rasgos, a manera de creencia en sí mismos, seguridad intensa, capacidad de enfoque y formar cambio, manifestar altas expectativas, necesidad de ser capaz de apoyar a los subordinados y verse en relación con la realidad influyendo en la aptitud del liderazgo.

Para su mejor análisis de la variable 1, Liderazgo transformacional se descompone en dimensiones. Primera dimensión, **estimulación intelectual**, Según Robbins (2017), fomenta fuertemente la inteligencia, la solución de los problemas, anima a buscar actuales formas de realizar el trabajo e indaga nuevos propósitos en favor de la empresa, asimismo la segunda dimensión, **consideración individualizada**, según Robbins (2017), define que es la manera o modo de comunicación con sus colaboradores ya sea en forma personal o grupal. Trata a cada colaborador de manera individual lo guía y hace brotar lo mejor del colaborador, el líder debe saber escuchar y a la vez debe ser un buen comunicador. Proporciona ayuda, tiene carisma brinda retos y oportunidades. Se preocupa y se interesa por el desarrollo del colaborador y a vez realicen una línea de carrera en la organización, del mismo modo la tercera dimensión, **motivación inspiradora**, como expresa Robbins (2017), nos dice que el líder motiva, expresa los propósitos importantes en forma fácil, reconoce e incentiva a los colaboradores de la organización con la intención que el colaborador logre alcanzar un rendimiento laboral de gran nivel, lograr esfuerzos adicionales y hacer que los subordinados

crean en sus propias habilidades. Además, anima incrementando una actitud positiva para el cambio y un amplio nivel de intereses. Siempre espera el mejor esfuerzo, igualmente la cuarta dimensión, **influencia idealizada**, según Robbins (2017) nos dice que el líder se preocupa por el trabajador, le concede atención personal, los trata a los empleados individualmente, los direcciona, supervisa y les da asesoría de cómo mejorar y realizar bien su trabajo.

Asimismo, también es importante definir algunas ideas referidas al tema investigado, para entender en qué ambiente se desarrolla la variable 2, compromiso organizacional. Según Newstrom (2011), define compromiso, como lealtad del colaborador hacia la organización, el subordinado se siente identificado con la empresa y en donde quiere seguir permaneciendo, con disposición a quedarse a futuro en la ella. El compromiso es un sentimiento emocional, es un interés y conexión con la organización. Por lo usual, el compromiso se da a notar entre los empleados con más tiempo trabajando (personal antiguo), quienes lograron éxitos laborales y personales en la organización, logrando superar difíciles obstáculos.

Según Deloitte (2015), afirma la falta de compromiso vendría a ser un problema para las empresas, por qué el colaborador es parte fundamental de toda empresa para desarrollarse, segundo los colaboradores serían más propensos a la insatisfacción de trabajo llevándolo a una baja calidad de vida laboral. Por esta razón se considera necesario abordar el compromiso a fin de identificar un modo de gestionarlo.

Como señala Chiavenato (2017), nos dice la satisfacción de las necesidades del subordinado es representado por la calidad de vida en el trabajo en virtud de su esfuerzo en la organización. También involucra los factores de satisfacción en el trabajo que se desempeña, la posibilidad de crecimiento en la organización, reconocimiento por resultados, retribución, prestaciones y un clima laboral.

Como expresa Nonaka (2011), nos dice que Soichiro Honda, recibió una lección de sus subordinados, Honda quería desarrollar un motor que fuera de bajas emisiones de gases para hacerle frente a los grandes fabricantes de USA, la respuesta de sus ingenieros fue, lo podemos hacer, pero no por la competencia si no por la responsabilidad social, mejorar el medio ambiente y por el futuro de nuestros hijos, Honda sintió vergüenza de sí mismo y es cuando dice es el momento de retirarse.

Según Maristany (2007), define en el trabajo, el estado de ánimo de los colaboradores tiene un vínculo estrechamente con la satisfacción y que va aconteciendo en el transcurso del día de trabajo. Cuando las cosas salen bien y el líder felicita al colaborador, cuando se logra el objetivo de trabajo con éxito trae un estado de ánimo muy positivo y de satisfacción laboral. El líder para lograr el compromiso del colaborador debe respaldarlo, reconocerlo y guiarlo a través del ejemplo.

Para su mejor análisis de la variable 2, el compromiso organizacional se descompone en dimensiones. Primera dimensión, **compromiso afectivo**, según Newstrom (2011), nos dice que el compromiso organizacional se define por tres modelos de compromiso. El compromiso Afectivo es una etapa emocional positiva en que los subordinados se esfuerzan más por que anhelen quedarse en la organización.

Según Chiavenato (2017), afirma los intensos sentimientos son llamados emociones, que el colaborador va experimentando con el trabajo del día a día, la organización debe valorar el desempeño del colaborador así sea nuevo o antiguo de esta manera fidelizar al colaborador, obteniendo como resultado su lealtad y compromiso con la organización.

Como dice Rivera (2010), define el compromiso afectivo la relación entre sentimiento y emociones también involucra a los familiares, por eso la organización debe indirectamente interactuar con ellos, la manera más sencilla es hacer almuerzo de confraternidad donde participan los familiares del colaborador de esta manera el colaborador y la familia sentirán que son parte del equipo. Asimismo, la segunda dimensión, **compromiso de continuidad**,

como afirma Newstrom (2011) El compromiso de continuidad incita a los subordinados a permanecer en la organización, evalúan su continuidad al ver que han invertido su tiempo y han logrado éxitos personales. Allen y Meyer (1991) hallaron una relación efectiva entre la valoración del estatus inherente al cargo desempeñado y el compromiso de continuidad, el dinero ahorrado durante los años de trabajo, y la estabilidad económica que se goza cuando se tiene un empleo seguro.

Según Rivera (2010) afirma que, el subordinado comienza a evaluar su permanencia en la organización, porque la empresa no toma en cuenta la necesidad económica por la que atraviese, así como los beneficios que involucra la comodidad. Según Rivera (2010), añade que el abandono a la empresa implica una pérdida para el colaborador al notar que sus oportunidades de trabajo disminuyen. En cambio, sí hay oportunidades con mejoras

salariales dejaría la empresa sin dudar. El colaborador está en constante evaluación sobre su beneficio o que es lo que le conviene, si tiene un techo o puede seguir escalando intelectualmente. Del mismo modo la tercera dimensión, **compromiso normativo** tal como expresa Newstrom (2011), nos dice el compromiso normativo es la decisión de seguir en la organización debido a una ética cultural o familiar de reciprocidad muy fuerte que los impulsa a hacerlo.

Según Chiavenato (2017), nos dice la interacción psicológica entre subordinado y la empresa es más que nada una causa de reciprocidad, la empresa otorga a los colaboradores una remuneración, seguridad y estatus y el colaborador responde con un buen desempeño y proactividad en sus actividades laborales. La empresa confía que el empleado va a respetar su autoridad y el empleado espera que la empresa tenga un comportamiento justo y correcto.

Considerando lo antes explicado, se ha formulado un problema general de investigación: ¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019? Además, se formuló el problema específico1: ¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodoméstico de un supermercado de lima norte, 2019?, así como el problema específico 2: ¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019?, y el problema específico 3: ¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso normativo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019?

Según los problemas planteados, la investigación tiene por objetivo general: Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019, así como también tiene el objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019,el objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019,el objetivo específico 3:

Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso normativo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos partimos de la siguiente hipótesis general: Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019, igualmente tiene su hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte ,2019,asimismo tiene su hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrométricos de un supermercado de Lima Norte, 2019,y la hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y el compromiso normativo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte ,2019

La investigación es de importancia, ya que presenta una justificación teórica , la presente investigación tiene la intención de contribuir al conocimiento positivo sobre el liderazgo transformacional y compromiso organizacional de un supermercado de lima norte 2019, cuyos resultados podrán clasificar en una propuesta, para ser asociado como conocimiento a las ciencias de investigación, ya que se estaría demostrando que la relación de las variables mejora el compromiso organizacional del colaborador, por lo cual tiene una justificación practica los datos recolectados permitieron diseñar, idear y establecer esquemas de medición organizacional, para desplegar destrezas de comunicación, motivación, método y orientación, dé acuerdo al liderazgo transformacional y cómo repercute en el compromiso organizacional, del mismo modo tiene una justificación social, desea beneficiar por medio del conocimiento sobre la importancia del estudio y correlación de estas variables con el fin de mejorar y poner en práctica el liderazgo transformacional y de esta manera desarrollar un buen compromiso organizacional en las tiendas retail, favoreciendo a la comunidad de los olivos dando mejores opciones de trabajo y satisfacciones laborales, asimismo tiene una justificación metodológica, la elaboración y aplicación de las variables del proyecto de investigación se indago mediante métodos científicos, situaciones que puedan ser investigados por la ciencia, una vez que demuestren su validez y confiabilidad podrán ser utilizadas en otros trabajos de investigación y en otras instituciones universitarias.

II. Método

2.1. Tipo y diseño de la investigación

El estudio es de **tipo aplicada**, Según Pimienta (2012), define la investigación aplicada, es la búsqueda y su esfuerzo constante para obtener conocimiento, así como la adaptación del intelecto para engrandecer el saber cultural, científico y el rendimiento de la tecnología a la utilidad de la sociedad. En la primera fase se eligió un tema, se revisaron antecedentes, se diseñó una metodología y se planearon las acciones para llevarlo a cabo, todo esto quedo registrado en un proyecto de investigación, en la segunda fase se desarrolló la solución aplicando los procedimientos para alcanzar el objetivo. Se recolectaron y se organizaron los datos de la información obtenida, al final se analizó la información, y luego se redactó los resultados y conclusiones en la tesis, para su posterior publicación.

El enfoque de la investigación es **cuantitativo**, Para Pimienta (2012) nos dice el uso de la estadística como método de interpretación y análisis, el termino matemático para determinar el conocimiento y desde luego, la experiencia regularizada como principio de entendimiento usando el criterio y convicción de verificación. Esta muestra también se ha aplicado en ciencias colectivas como la, sociología, psicología pedagogía, antropología y economía entre otras. A esta adecuación es llamado investigación cuantitativa. Se siguió un proceso riguroso, progresivo y justificado, inclinado a la comprobación estadística numérica.

La presente investigación corresponde al **diseño no experimental**, asimismo, Pimienta (2012) nos dice, que contiene habilidades metodológicas que no manipula las variables, por el contrario, sólo las visualizan o evalúan. No obstante, la unanimidad no existe con respecto a la clasificación de los múltiples métodos de investigación cuantitativa no experimental. En esta investigación no se alteró ninguna variable, solo se recolecto información del suceso.

Según Liu y Tucker, (2008,2004) citado por Hernández (2014) nos dice, que la investigación de **corte transeccional o transversal** recoge información en un solo instante, en un período exclusivo. Su intención es detallar las variables y hacer un análisis de su incidencia e interrelación en un momento dado. Esta investigación es de corte transeccional, porque fue medido en un tiempo determinado.

El nivel es correlacional, Según Pimienta (2012), nos dice el nivel correlacional pretende contrastar las relaciones entre variables en estudio, sin que éstas lleguen a ser manipuladas, hace factible la pronóstico de valores de alguna de las variables que esta correlaciona con la otra. Ejemplo, si consta una correlación entre las evaluaciones de los estudiantes en bachiller y los que obtuvieron en el semestre los primeros puestos en la universidad, predecimos que cualquier estudiante con calificaciones buenas en bachillerato tiene opciones de obtener calificaciones altas comenzando el semestre de la carrera. De acuerdo con la investigación sobre el supermercado en estudio, se describió las variables y sus dimensiones que luego fue medido por sus correspondientes indicadores, se buscó ver la correlación entre variables por medio de la prueba de hipótesis, luego se llegó al análisis estadístico.

2.2. Operacionalización de variables

Tabla1.matriz de operacionalización

Matriz de operacionalización de las variables

Liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

VARIABLE S	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y VALORES	NIVELES Y RANGO	INSTRUMENTO	
Liderazgo transformacional	Para Robbins (2017), define que los lideres transformacionales, a través del prestigio ganado proporcionan un enfoque de misión, inspira respeto orgullo y convicción en las relaciones con los miembros del equipo, estimulan cambios de visión que dirigen a todo individuo a desistir de sus intereses particulares para encontrar la utilidad colectiva, aun cuando sus necesidades personales no estén satisfechas. (. Pág.383).	La variable de liderazgo transformacional se evaluara por medio de cuatro dimensiones que están comprendidas por: Influencia idealizada, Motivación inspiradora, estimulación intelectual y Consideración invidualizada ,cada dimensión cuenta con indicadores para ser medidos, se utilizara como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario con escala de Likert .	Influencia Idealizada	Visión y misión	P1	S=Siempre (5) CS =Casi Siempre (4) AV=A veces (3) CN=Casi Nunca (2) N=Nunca (1)		Cuestionario	
					P2				
				Respeto y confianza	P3				
					P4				
			Motivación Inspiradora	Altas expectativas	P5				
					Expresa propósito				P6
			Estimulación Intelectual	Racionalización	P7				
					Inteligencia				P8
			Consideración Invidualizada	Atención personal	P9				
					P10				
				Dirige y asesora	P11				
					P12				
Compromiso organizacional	Newstrom (2011), define compromiso como lealtad del colaborador hacia la organización, el empleado se siente identificado con la organización donde desea seguir perteneciendo, con disposición a quedarse a futuro en la ella. El compromiso es un sentimiento emocional una conexión e interés por la organización. Por lo usual, el compromiso se da a notar entre los empleados con más tiempo trabajando(veteranos), quienes han logrado éxitos personales en la organización, logrando superar obstáculos difíciles. (. Pág.221).	La variable el compromiso organizacional se evaluará por medio de tres dimensiones que está comprendida por: compromiso afectivo, compromiso continuidad y compromiso de normativo, cada dimensión cuenta con indicadores para ser medidos, se utilizará como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario con escala de Likert.	Compromiso Afectivo	Comodidad	P13			Cuestionario	
					P14				
				Satisfacción	P15				
					P16				
					P17				
			Compromiso Continuidad	Alternativas	P18				
					Necesidad				P19
					evaluación				P20
			Compromiso Normativo	Reciprocidad	P21				
					Lealtad				P22
				Socialización	P23				
					P24				

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Según Fracica (1988), citado por Bernal (2010) define, población es el total de los componentes al cual se describe la investigación. También se logra definir como el conjunto íntegramente de las unidades de la prueba, Según Jany (1994), citado por Bernal (2010) define, población es conjunto de individuos o elementos que tienen algunas características parecidas y sobre las cuales se tiene el propósito de hacer inferencia o bien, unidad de estudio. La corporación se divide en 3 formatos: Tiendas, supermercados e hipermercados. Para la elaboración de este proyecto delimitamos la población que está formada por 50 colaboradores del formato supermercado que pertenecen al área de electrodomésticos.

Muestra

Según Bernal (2010) define, la muestra es la población que se selecciona, con efectividad para conseguir los datos y de esta manera desarrollar el estudio y sobre la cual se verificarán la medición y el análisis de las variables objeto de estudio.

Muestra censal

Según Arias (2012), define, **censo** busca obtener información con respecto al total de la población. Es así como los censos nacionales tienen la intención de obtención de datos de toda la población de un país. También se puede hacer un estudio censal al total de pobladores de una región, o íntegramente a los miembros de una organización. La muestra para este trabajo de investigación es el total de la población, los 50 colaboradores del formato supermercado, de la sección de electrodomésticos, considerado un numero fácil de personas para su estudio, el cual tienen similares características.

Muestreo

Gómez (2012), define el muestreo es una herramienta de gran valor en la investigación, es el medio por el cual el investigador, elige las unidades particulares que le permitan obtener información acerca de la población a investigar. Muestreo aleatorio o al azar. Es el mecanismo más común para obtener una muestra representativa. En esta presente investigación no se utilizó muestreo ya que la muestra es censal.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de recolección de datos

Según Pimienta (2012) expresa, para realizar una investigación precisa una técnica de recolección de datos y herramientas que, a pesar de su complejidad, deben basarse en la lógica y en la práctica moderada, es decir, en la indagación sistemática y en la prueba para el conocimiento y la autenticación científica de la investigación.

Encuesta

Según Arias (2012) expresa, la encuesta es una técnica, cuya intención es conseguir información de un grupo o prototipo de personas. Los datos pueden ser del tipo, socioeconómicos, tradicionales, gustos, particularidades, posibilidades, etc. Por supuesto, la información adquirida es efectiva sólo para el período en que fue recolectada ya que, tanto las opiniones, como características pueden modificarse con el tiempo. Por lo tanto, la encuesta de igual forma recibe la denominación de corte transeccional o transversal. La investigación se llevó a cabo usando la técnica de recolección de datos a través de una encuesta en la escala de Likert del 1 al 5 con enfoque cuantitativo, los datos que se obtuvieron fueron dados por los colaboradores de la sección de electrodomésticos.

Instrumento de recolección de datos

Según Pimienta (2012) nos dice, el instrumento de recolección de datos permite al investigador clasificar la información para luego medirla y poder hacer interpretaciones de su significado. Son estilos específicos de medirla variable objeto de estudio. Asimismo, Bernal (2010) Esta información que va hacer recolectada es el medio por el cual se prueban las hipótesis, se logran responder las preguntas de la investigación y se alcanzan los objetos del estudio que se originó de un problema de investigación. La información debe ser confiable, pertinente y suficiente, por lo cual es necesario limitar las técnicas y fuentes propicias para su recolección.

Cuestionario

Según Bernal (2010) define el cuestionario como preguntas en conjunto, planteadas a fin de crear datos precisos, con intención de llegar al objeto del proyecto de investigación. Es llevar a cabo una planificación juiciosa para conseguir datos para su respectivo análisis objeto de

estudio y sede de la problemática de la investigación. En general, el cuestionario se basa en una agrupación de preguntas de las variables que van hacer medidas. El instrumento se forma por preguntas que recolectan datos sobre la incomodidad o hechos que nacen del problema propuesto, empleando el tipo de preguntas en la escala de Likert; aquel que, está formado por un grupo de ítems presentados en forma de juicios o afirmaciones, por lo cual se aplica el instrumento a cada persona de la muestra y se pide que sea lo más veraz posible. Los instrumentos a emplear para recolectar información, se proyecta para alcanzar diferentes objetos que tienen relación con la investigación, los mismos que anticipadamente fueron calculados y validados en niveles de necesaria confiabilidad.

Validez

Según Bernal (2012), expresa validez de contenido, se relaciona al juicio con respecto al nivel que se representa la variable en el instrumento de medición, es decir, el nivel en que simboliza el universo de la variable objeto de estudio. En la validación de instrumento, se utilizará la validez de contenido, por medio de un juicio de expertos, la misma que tiene por finalidad recolectar las sugerencias y opiniones de cuatro expertos dedicados a la docencia con grados académicos de Magister y Doctor en administración.

Tabla 2. *Juicio de expertos*

EXPERTOS		
Experto 1	Dra. Luna Gamarra Magaly Ericka	Aplicable
Experto 2	Dra. Zavala Alfaro Fanny Esperanza	Aplicable
Experto 3	Dr. Aliaga Correa David Fernando	Aplicable
Experto 4	Mg. Ramos Pantoja Fernando Eliseo	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

La Confiabilidad Según Hernández (2014), define que hay infinidad de procedimientos a seguir que ayudan a calcular la fiabilidad del instrumento de medición. Entre estas están las fórmulas matemáticas que producen coeficientes de fiabilidad. La oscilación puede ser entre cero y uno. Cuando es cero es nula la confiabilidad y cuando es uno es la máxima confiabilidad ósea el 100%.

Tabla 3. *Nivel de rangos*

VALORES	NIVEL DE CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Roberto Hernández Sampieri

Variable 1: Liderazgo transformacional

Tabla4. *Encuestados sobre la variable 1*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

Fuente: SPSS Versión 25

Tabla5. *Variable 1 Alfa de Cronbach*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,915	12

Fuente: SPSS Versión 25

Se realizó una prueba estadística de confiabilidad al plan piloto conformado por una muestra 15 colaboradores de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte. Para la variable 1 liderazgo transformacional, el alfa Cronbach nos describe que hay una excelente confiabilidad 0.915.

Variable 2: Compromiso Organizacional

Tabla6.*Encuestas sobre la variable 2*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

Fuente: SSPS Versión 25

Tabla 7. *Variable 2 Alfa de Cronbach*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	12

Fuente: SSPS Versión 25

También se hizo una prueba estadística de confiabilidad al plan piloto conformado por una muestra 15 colaboradores de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte. Para la variable 2 compromiso organizacional, el alfa Cronbach nos describe que hay una excelente confiabilidad 0.939.

2.5. Procedimiento

Los datos se recogieron de la muestra seleccionada con la finalidad de estudio, se realizó una reunión de 10 minutos por supermercado en la sección de electrodomésticos, dando la explicación del instrumento de medición por cada variable, lo cual se aplicó 60 encuestas(vendedores y operativos de electro) los datos que se obtuvieron fueron de forma directa, la técnica que se utilizo fue la encuesta, el instrumento que se empleo fue un cuestionario de 24 preguntas 12 por cada variable, finalmente los datos obtenidos se

ingresaron a una hoja de calcula del programa Microsoft Excel 2016 luego se procedió a trasladar los datos al programa de IBM SSPS versión 25, obteniendo gráficos y tablas.

2.6. Métodos de análisis de datos

Los datos que se obtuvieron se procesaron mediante la estadística inferencial. se estableció la población para su estudio, determinamos las características de la población que nos interesa su análisis, se recolectaron los datos por medio del instrumento el cuestionario, los datos obtenidos se ingresaron a una hoja de calcula del programa Microsoft Excel 2016, luego se procedió a trasladar los datos al programa de IBM SSPS versión 25 y consecuentemente se procedió a exponer nuestras propias conclusiones. Según Bernal (2010) nos dice, el proceso de los datos genera resultados de la investigación y por el cual se efectúa la descripción, el análisis y discusión, llegando a plantear las conclusiones y recomendaciones, en función del problema, del objeto en estudio (la correlación de hipótesis) y del marco teórico de la investigación respectiva. Asimismo, Hernández (2014), el propósito de la investigación va más allá de describir las dimensiones de las variables, se pretende probar hipótesis y generalizar los resultados obtenidos en la muestra a la población o universo. La media o la desviación estándar de la distribución de una muestra son llamados estadígrafos. El objeto del estudio es determinar si existe una relación significativa entre la variable 1 liderazgo transformacional y la variable 2 compromiso organizacional.

2.7. Aspectos éticos

Según el código de ética de la universidad Cesar Vallejo (2017), define que se deben cumplir con los máximos estándares de rigor científico, responsabilidad y honestidad para asegurar la precisión del conocimiento científico, proteger los derechos y bienestar de los investigadores, los investigadores deben asegurar que se realizó la investigación cumpliendo los requisitos éticos legales y de seguridad. La investigación del liderazgo transformacional y compromiso organizacional de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019 se realizó con responsabilidad, transparencia respetando la autoría de los trabajos previos y las definiciones de los diferentes autores. Se dio un aporte autentico de autor, se recolecto los datos por medio de una encuesta que fue dirigido a los vendedores de la sección de electrodomésticos que fueron consientes para la aplicación del instrumento de medición, se respetó el porcentaje de similitud aplicado por el programa Turnitin.

III. Resultados

3.1. Análisis Cuantitativo-Descriptivo

Según Rendón et al. (2016), define estadística descriptiva es la rama de la estadística que expresa recomendaciones a manera resumir, de forma sencilla y evidente, los datos de una investigación en tablas, gráficos, cuadros o figuras. Para el análisis cuantitativo de estos datos se procede a utilizar un software estadístico como Excel, SPSS 25.

Tabla8. Liderazgo Transformacional (Agrupada)

Liderazgo Transformacional (Agrupada)					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	23	46,0	46,0	46,0
	Casi Nunca	19	38,0	38,0	84,0
	A Veces	4	8,0	8,0	92,0
	Casi Siempre	1	2,0	2,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25

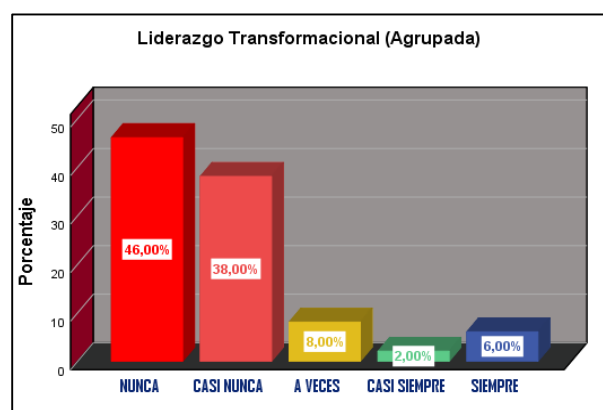


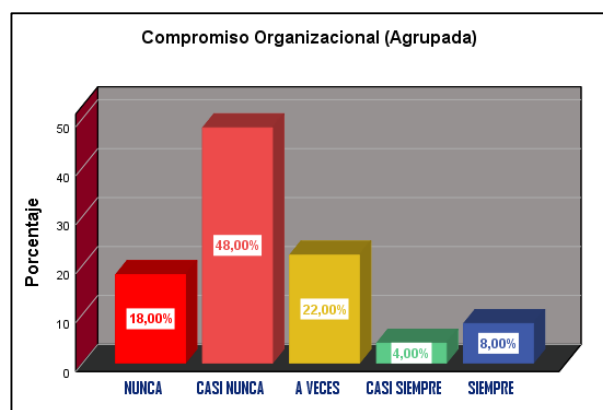
Figura 1. Variable 1 Liderazgo transformacional

Divisamos en la figura 1 que el 46 % (23) de los colaboradores encuestados aseguran que nunca han percibido un liderazgo transformacional en la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. El 38 % (19) aseguran casi nunca. El 8% (4) aseguran a veces. El 2% (1) afirma casi siempre y el 6% (3) aseguran que, si perciben el liderazgo transformacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. La figura 1 expresa que la mayoría de colaboradores no sienten el apoyo y respaldo de su jefe de área que los guíe hacia las metas, que conozca al personal internamente, que ponga claros los objetivos, etc., al contrario, notan una deslealtad del líder.

Tabla 9. Compromiso Organizacional (Agrupada)

Compromiso Organizacional (Agrupada)					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	9	18,0	18,0	18,0
	Casi Nunca	24	48,0	48,0	66,0
	A Veces	11	22,0	22,0	88,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	92,0
	Siempre	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SSPS 25

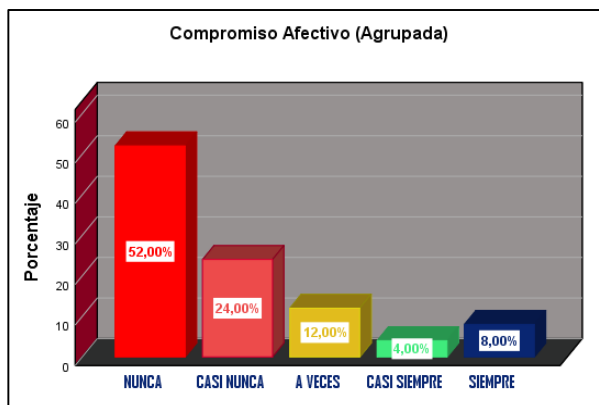
**Figura 2.** Variable 2 Compromiso organizacional.

Divisamos en la figura 2 que el 18 % (9) de los colaboradores encuestados aseguran que nunca han sentido estar comprometidos con el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. El 48 % (24) aseguran casi nunca. El 22% (11) aseguran a veces. El 4% (2) afirman casi siempre y el 8% (4) aseguran que, sienten estar comprometidos con el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. La figura 2 demuestra que hay un problema de compromiso del colaborador hacia el área de electrodomésticos, esto se debe a que no hay motivación, que no pueden hacer línea de carrera, se sienten estresados por la sobrecarga de trabajo y por qué no se respeta su horario de trabajo.

Tabla 10. Compromiso Afectivo (Agrupada)

Compromiso Afectivo (Agrupada)					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	26	52,0	52,0	52,0
	Casi Nunca	12	24,0	24,0	76,0
	A Veces	6	12,0	12,0	88,0
	Casi Siempre	2	4,0	4,0	92,0
	Siempre	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SSPS 25

**Figura 3.** Dimensión 1 Compromiso afectivo.

Observamos en la figura 3 que el 52 % (26) de los colaboradores encuestados aseguran que nunca sienten satisfacción laboral en el área de electrodomésticos es el motivo por el cual no se esfuerzan por permanecer en el área de electrodomésticos de un

supermercado de Lima Norte, 2019. El 24 % (12) aseguran casi nunca. El 12% (6) aseguran a veces. El 4% (2) afirman casi siempre y el 8% (4) aseguran que, siempre tienen el deseo de seguir permaneciendo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Tabla 11. Dimensión 2 Compromiso Continuidad (Agrupada)

Compromiso Continuidad (Agrupada)					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	28	56,0	56,0	56,0
	Casi Nunca	6	12,0	12,0	68,0
	A Veces	5	10,0	10,0	78,0
	Casi Siempre	8	16,0	16,0	94,0
	Siempre	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SSPS 25

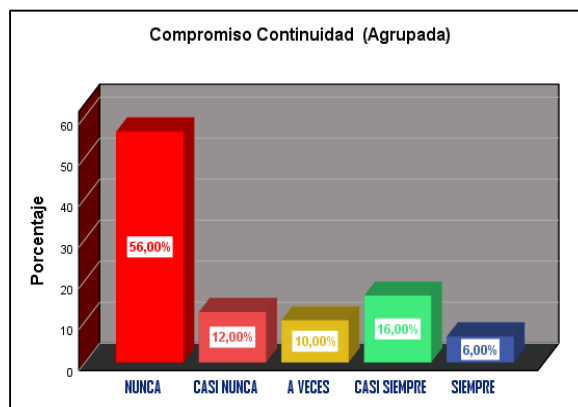


Figura 4. Dimensión 2 Compromiso de continuidad.

Observamos en la figura 4 que el 56 % (28) de los colaboradores encuestados aseguran que nunca están seguros solo evalúan su continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. El 12 % (6) aseguran casi nunca. El 10% (5) aseguran a veces. El 16% (8) afirman casi siempre y el 6% (3) aseguran que, sienten el deseo de continuar en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Tabla 12. Compromiso Normativo (Agrupada)

Compromiso Normativo (Agrupada)					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	14	28,0	28,0	28,0
	Casi Nunca	25	50,0	50,0	78,0
	A Veces	4	8,0	8,0	86,0
	Casi Siempre	6	12,0	12,0	98,0
	Siempre	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SSPS 25

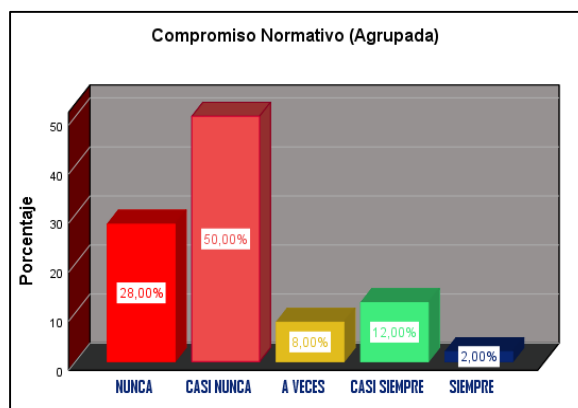


Figura 5. Dimensión 3 Compromiso normativo.

Observamos en la figura 5 que el 28% (14) de los colaboradores encuestados aseguran que nunca hay reciprocidad de la organización con el colaborador, siempre exigen más pero no hay incentivos o reconocimiento en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. El 50 % (25) aseguran casi nunca. El 8% (4) aseguran a veces. El 12% (6) afirman casi siempre y el 2% (1) aseguran que, la organización es recíproca con ellos logrando su lealtad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

3.2. Análisis inferencial

3.2.1. Prueba de hipótesis general

Según Hernández (2014), nos dice que, que las hipótesis en el proceso cuantitativo se someten a prueba para comprobar si son aprobadas o rechazadas, de acuerdo a la observación del investigador. Ahora bien, en el contexto no podemos probar que una hipótesis sea falsa o verdadera, sino razonar que fue apoyada o no de acuerdo con ciertos datos conseguidos en la investigación propia.

H_0 : No existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

H_1 : Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

Tabla 13. *Coefficientes de correlación Spearman*

VALORES	SIGNIFICADO
-0.90	= Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	= Correlación negativa considerable.
-0.50	= Correlación negativa media.
-0.25	= Correlación negativa débil.
-0.10	= Correlación negativa muy débil.
0.00	= No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	= Correlación positiva muy débil.
+0.25	= Correlación positiva débil.
+0.50	= Correlación positiva media.
+0.75	= Correlación positiva considerable.
+0.90	= Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	= Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Nivel de significancia

Regla de decisión: Sig. Bilateral < 0,05 en este caso se rechaza el H_0 y se acepta la H_1 .

Sig. Bilateral > 0,05 en este caso se rechaza el H_1 y se acepta la H_0 .

Tabla 14. *Correlación de liderazgo transformacional en el compromiso organizacional*

Correlaciones			Liderazgo Transformacional	Compromiso Organizacional
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación	1,000	,995**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso Organizacional	Coeficiente de correlación	,995**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente:SPSS versión 25

A consecuencia del factor de correspondencia de Spearman es =0.995 a la vez se observa que el nivel de significancia (Sig. Bilateral=0.000) siendo < 0.05 de acuerdo con la regla de significación se rechaza la H_0 y se acepta H_1 . En consecuencia y de acuerdo con la tabla 13 de correlación los valores de Spearman nos dice que existe relación positiva muy fuerte.

3.2.2. Pruebas de hipótesis específicas

Hipótesis específica N°1

H_0 : No existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

H_1 : Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

Tabla 15. *Correlación de liderazgo transformacional en el compromiso afectivo*

Correlaciones			Liderazgo Transformacional	Compromiso Afectivo
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación	1,000	,963**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso Afectivo	Coeficiente de correlación	,963**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente:SPSS versión 25

A consecuencia del factor de correspondencia de Spearman es $=0.963$ a la vez se observa que el nivel de significancia (Sig. Bilateral= 0.000) siendo < 0.05 de acuerdo con la regla de significación se rechaza la H_0 y se acepta H_1 . En consecuencia y de acuerdo con la tabla 13 de correlación los valores de Spearman nos dice que existe relación positiva muy fuerte.

Hipótesis específica N°2

H_0 : No existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

H_1 : Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

Tabla 16. *Correlación de liderazgo transformacional en el compromiso de continuidad*

Correlaciones				
			Liderazgo Transformacional	Compromiso de Continuidad
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coefficiente de correlación	1,000	,640**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso de Continuidad	Coefficiente de correlación	,640**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente:SSPS versión 25

A consecuencia del factor de correspondencia de Spearman es $=0.640$ a la vez se observa que el nivel de significancia (Sig. Bilateral= 0.000) siendo < 0.05 de acuerdo con la regla de significación se rechaza la H_0 y se acepta H_1 . En consecuencia y de acuerdo con la tabla 13 de correlación los valores de Spearman nos dice que existe relación positiva media.

Hipótesis específica N°3

H_0 : No existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

H_1 : Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019

Tabla 17. *Correlación de liderazgo transformacional en el compromiso normativo*

Correlaciones				
			Liderazgo Transformacional	Compromiso Normativo
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación	1,000	,920**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso Normativo	Coeficiente de correlación	,920**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente:SSPS versión 25

A consecuencia del factor de correspondencia de Spearman es =0.920 a la vez se observa que el nivel de Sig. (bilateral=0.000) siendo < 0.05 de acuerdo con la regla de significación se rechaza la H_0 y se acepta H_1 . En consecuencia y de acuerdo con la tabla 13 de correlación los valores de Spearman nos dice que existe relación positiva muy fuerte.

IV. Discusión

Se tuvo como objetivo determinar la relación del liderazgo transformacional en el compromiso organizacional de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. Mediante la prueba de Spearman se indicó que tiene un nivel de sig.(bilateral) menor 0.05, es decir $0.000 < 0.05$, por ende, se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), las variables en estudio tienen una correlación 0.995; por el cual se indica que la correlación en los valores de Spearman es positiva muy fuerte en la escala de Likert. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva muy fuerte entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. De modo que, el objetivo general queda demostrado. Según Alvarado et al. (2016) establecieron que al diagnosticar Estilos de liderazgo y compromiso organizacional con mediación de engagement en técnicos de maquinaria pesada, con la finalidad saber que estilo de liderazgo genera mayor compromiso en la población de técnicos de Motores Perú, los colaboradores determinaron, mediante la prueba de Spearman se evidencio un nivel de significancia positiva media entre el estilo de liderazgo transformacional con respecto a los tipos de compromiso organizacional el coeficiente del (Rho de Spearman =0.69), quien concluye El liderazgo de estilo transformacional pronostica el compromiso organizacional de tipo afectivo, normativo y de continuidad, respectivamente. Coincidió en la conclusión con la tesis de Alvarado et al., que el liderazgo transformacional es el que genera mayor compromiso organizacional en sus tres dimensiones afectivo, normativo y de continuidad. Chiavenato (2017) nos dice que el líder transformacional proporciona visión, sentido de misión, infunde orgullo, genera respeto, confianza. Comunica las altas expectativas, expresa propósitos a través de medios simples, promueve la inteligencia, la racionalización y cuidadosa solución de problemas.

Se tuvo como objetivo determinar la relación del liderazgo transformacional en el compromiso afectivo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. Mediante la prueba de Spearman se indicó que tiene un nivel de sig.(bilateral) menor 0.05, es decir $0.000 < 0.05$, por ende, se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), la variable liderazgo transformacional en estudio tiene una correlación con la dimensión del compromiso de continuidad 0.963; por el cual se indica que la

correlación en los valores de Spearman es positiva muy fuerte en la escala de Likert. Por consiguiente, se acepta la hipótesis específica de investigación indicando que existe relación positiva media entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. De modo que, el objetivo específico queda demostrado. Según Olortegui et al. (2019) Felicidad y Compromiso Organizacional en una Empresa del Sector Farmacéutico Peruano, con la finalidad de encontrar aquello que motiva, compromete e impulsa a sus trabajadores, para poder potenciarlo y mejorar su desempeño dentro de la organización, los colaboradores determinaron, mediante la prueba de Spearman se evidencio un nivel de significancia moderadamente alta entre la satisfacción de vida y el compromiso afectivo el coeficiente del (Rho de Spearman $=0.70$), quien concluye que existe una relación directa, moderadamente fuerte entre el compromiso afectivo y las siguientes dimensiones de la felicidad: (a) satisfacción con la vida, (b) realización personal, y (c) sentido positivo de la vida. Coincidiendo con la conclusión de la tesis de Olortegui et al., por qué el compromiso afectivo de un colaborador también depende de su satisfacción de vida, el sentido positivo de ver las cosas en el trabajo, la emoción, orgullo de pertenecer a la organización. Para Herzberg (1968) citado por Chiavenato (2017) define en su teoría multifactorial los factores higiénicos, son los que dan satisfacción siempre y cuando se cumplan, entre ellos tenemos los salarios, condiciones laborales, la seguridad y la socialización. Si en caso uno de estos no se cumpliera automáticamente se convierte en insatisfacción.

Se tuvo como objetivo determinar la relación del liderazgo transformacional en el compromiso de continuidad de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. Mediante la prueba de Spearman se indicó que tiene un nivel de sig. (bilateral) menor 0.05, es decir $0.000 < 0.05$, por ende, se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), la variable liderazgo transformacional en estudio tiene una correlación con la dimensión del compromiso de continuidad 0.640; por el cual se indica que la correlación en los valores de Spearman es positiva media en la escala de Likert. Por consiguiente, se acepta la hipótesis específica de investigación indicando que existe relación positiva media entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019. De modo que, el objetivo específico queda demostrado. Según Olortegui et al. (2019) Felicidad y Compromiso Organizacional en una Empresa del Sector Farmacéutico Peruano, con la finalidad de

encontrar aquello que motiva, compromete e impulsa a sus trabajadores, para poder potenciarlo y mejorar su desempeño dentro de la organización, los colaboradores determinaron, mediante la prueba de Spearman se evidencio un nivel de significancia muy débil entre la realización personal y el compromiso continuo el coeficiente del (Rho de Spearman =0.089),quien concluye que no existe una relación directa significativa entre el compromiso continuo y las siguientes dimensiones de la felicidad: (a) sentido positivo de la vida, (b) alegría de vivir, y (c) realización personal. No se coincide con la conclusión de la tesis de Olortegui et al., por qué el compromiso de continuidad de un colaborador también depende de su realización personal, si no tiene oportunidad de su desarrollo como profesional en la organización buscara nuevas alternativas y evaluara su continuidad. Para Maslow (1908) citado por Chiavenato (2017) define una de las necesidades que se considera la más alta del ser humano donde se mide sus aptitudes y capacidades reflejando su esfuerzo por alcanzar un buen potencial permitiéndole desarrollarse continuamente al transcurso del tiempo. Es la necesidad de la autorrealización es una sensación de haber llegado al éxito personal.

Se tuvo como objetivo determinar la relación del liderazgo transformacional en el compromiso Normativo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte,2019. Mediante la prueba de Spearman se indicó que tiene un nivel de sig.(bilateral) menor 0.05, es decir $0.000 < 0.05$, por ende, se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula(H_0), las variables en estudio tienen una correlación 0.920; por el cual se indica que la correlación en los valores de Spearman es positiva muy fuerte en la escala de Likert. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación positiva muy fuerte entre liderazgo transformacional y compromiso Normativo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.De modo que, el objetivo específico queda demostrado. Asimismo, Colque (2018) estableció que al diagnosticar percepción del trabajo decente y su relación en el compromiso laboral en una empresa retail Arequipa 2018, con la finalidad que se demuestre cómo esa población percibe las condiciones de trabajo en su entorno y así como el nivel de compromiso laboral que tienen los trabajadores hacia la empresa. Los colaboradores determinaron, por medio de una encuesta con valoración del 1 al 5 en la escala de Likert, que tiene como objetivo específico describir las condiciones de seguridad en el trabajo y qué relación tiene en el compromiso laboral de los trabajadores en una empresa retail Arequipa 2018.Concluye que existe relación

significativa positiva considerable debido a que se obtiene $\text{sig. (bilateral)} = 0.00 < 0.05$, por ende, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0), la hipótesis específica tiene una correlación 0.70, expresando que a mejores políticas de seguridad en el trabajo mejora el compromiso laboral de los trabajadores con la empresa. Coincidió en la conclusión de la tesis de Colque, ya que las organizaciones deben mantener políticas de seguridad sobre el colaborador para proteger su integridad, de esta manera el colaborador sentirá respaldo, protección creando en él, lealtad de compromiso con la organización. Según Maslow (1908) citado por Chiavenato (2017) expresa los seres humanos tienen la necesidad de seguridad que se enlaza con estar libre de peligro estando protegido contra amenazas del entorno o peligros externos.

Se observó los resultados del análisis Cuantitativo-Descriptivo de las variables liderazgo transformacional y compromiso organizacional donde los colaboradores determinan por medio de la encuesta Likert, 46%(23) colaboradores expresan que nunca perciben un liderazgo transformacional, solo el 2%(1) colaborador casi siempre percibe el liderazgo transformacional el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte. También determinaron con respecto al compromiso organizacional que el 48%(24) colaboradores casi nunca se siente comprometido con la empresa y 4%(2) aseguran que, casi siempre sienten estar comprometidos con el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte. Asimismo, Huamán (2017) estableció que, al diagnosticar estilos de liderazgo y gestión administrativa del gobierno regional de Ucayali, 2017, su finalidad fue establecer la relación de liderazgo y la gestión administrativa del gobierno regional de Ucayali. Expresa que en la gestión pública empoderan al personal no por ser buen líder, sino por una resolución, (un papel que dota de poder coercitivo) y concluye que no existe relación entre los estilos de liderazgo y la gestión administrativa del Gobierno Regional de Ucayali, 2017. No coincidió con el artículo científico de Huamán, porque para realizar buena gestión administrativa se necesita un liderazgo que transforme, inspire orgullo, que de confianza guíe de la manera más clara posible para lograr los objetivos, que escuche al personal que desarrolle su racionalización y creatividad para la optimización de procesos. Según Robbins (2017) nos dice que la influencia idealizada es cuando el líder se preocupa por el trabajador, le concede atención personal, los trata a los empleados individualmente, los direcciona, supervisa y les da asesoría de cómo mejorar y realizar bien su trabajo.

V. Conclusiones

Primera

Se determinó que existe relación significativa de 99% que es positiva muy fuerte entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Segunda

Se determinó que existe relación significativa de 93% que es positiva muy fuerte entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Tercera

Se determinó que existe relación significativa de 41% que es positiva media entre liderazgo transformacional y compromiso continuidad de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

Cuarta

Se determinó que existe relación significativa de 85% que es positiva muy fuerte entre liderazgo transformacional y compromiso normativo de la sección de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.

VI. Recomendaciones

Se le hace las siguientes recomendaciones a la gerencia y al área de recursos humanos del supermercado en estudio, dirigido a identificar la influencia del liderazgo transformacional en el compromiso organizacional de los colaboradores.

Primera

Se recomienda que los encargados de las distintas áreas de la organización deben llevar a cabo un entrenamiento sobre el liderazgo transformacional, para que influyan de manera positiva en los colaboradores a su cargo y asimismo convertirse en líderes transformacionales logrando mayor compromiso organizacional.

Segunda

Se recomienda elaborar o planificar visitas a los colaboradores en su domicilio, para conocerlos más a fondo y ver sus principales necesidades tomando medidas para mejorar su vida personal y crear reciprocidad en el colaborador hacia la organización logrando un compromiso normativo.

Tercera

Se recomienda a la organización que invierta más en el desarrollo de los colaboradores, que brinden oportunidades a los que quieren surgir o emprender sus estudios con horarios flexibles; logrando a mediano plazo lealtad y compromiso de continuidad en los colaboradores.

Cuarta

Se recomienda a otros investigadores, ampliar la investigación sobre liderazgo transformacional y la relación con las distintas causas que impacten en el liderazgo, compromiso y rendimiento en los colaboradores, apoyando de esta manera al sector retail, que sea vista como una mejor opción de trabajo.

Referencias

- Alvarado Alvarado, K. P., Parodi Zuazo, G. T., & Ruiz Moncayo, M. Y. (2016). *Estilos de liderazgo y compromiso organizacional con mediación de engagement en técnicos de maquinaria pesada*. Universidad del Pacifico, Lima.
- Arias Odón, F. (2012). *El proyecto de investigación* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la investigación* (tercera ed.). Colombia: Pearson.
- Caridi, S. G., Del Otero, S. B., Savino, H. J., & Silva Peralta, Y. (2018). Liderazgo transformacional y engagement en directivos en salas. *10*(2), 203-2014.
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional La dinamica del éxito en las organizaciones* (3 ed.). (P. Mascaró, & P. Obón, Trans.) México, Mexico: McGRAW-HILL.
- Colque Velasco, C. (2018). *Percepción del trabajo Decente y su relación en el compromiso laboral en una empresa retail - Arequipa 2018*(Tesis para optar el Grado de Magister en Ciencias de la Administración). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa.
- Gary, Y. (2015). *LEADERSHIP IN ORGANIZATIONS* (Sexta ed.). (Y. Moreno López , Trad.) NEW YORK, EE.UU: Prentice Hall.
- Gomez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación* (Primera Edición ed.). México: Tercer Milenio.
- Guerrero Bejarano, M. (2017). Los estilos de liderazgo en empresarias Ecuatorianas y su influencia en el desempeño de sus colaboradores. *UIDE INNOVA*, 2(2), 131-141.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & María del Pilar Baptista , L. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: McGRAW-HILL.
- Huaman, F. (2017). Estilos de liderazgo y gestión administrativa del gobierno regional de Ucayali. *Investigación científica cultura viva*, 2(4).
- Koontz, H. (2012). *La administración una perspectiva Global y empresarial* (14 ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Lucidez. (11 de 9 de 2019). *Estas son las mejores empresas para trabajar en el sector retail*. Recuperado el 23 de 10 de 2019, de Lucidez: <https://lucidez.pe/estas-son-las-mejores-empresas-para-trabajar-en-el-sector-retail/>

- Madrid. (16 de 11 de 2016). *La OIT alaba la política de recursos humanos de Mercadona*. Recuperado el 23 de 10 de 2019, de Diario de Sevilla: https://www.diariodesevilla.es/economia/OIT-politica-recursos-humanos-Mercadona_0_1081992150.html
- Mares , A. (24 de 5 de 2019). *Las mejores empresas para trabajar en América Latina*. Recuperado el 25 de 10 de 2019, de Fashion Network: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Mercado-libre-natura-belcorp-y-falabella-se-ubican-entre-las-mejores-empresas-para-trabajar-en-america-latina,1102551.html#.XOhUgIhKjIU>
- Maristany, J. (2007). *Administración de recursos humanos* (2 ed.). México: Pearson.
- Newstrom, J. W. (2011). *Coportamiento humano en el trabajo* (13 ed.). (M. Á. Sánchez Carrión, , M. Carril Villarreal,, & A. Deras Quiñones, Trads.) México: McGRAW-HILL.
- Peña, M., Diaz, M., & Sanchez, C. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas. *Internacional Administración & Finanzas*, 9(5), 95-105.
- Pich, I. (25 de 10 de 2016). *8 Empresas que saben Cuidar a sus Empleados: ¿qué podemos Aprender de ellas?[Articulo de blog]*. Recuperado el 20 de 10 de 2019, de <https://blog.talentier.com/8-empresas-que-saben-cuidar-a-sus-empleados-que-podemos-aprender-de-ellas>
- Pimienta Prieto, J., & De la Orden Hoz, A. (2012). *Metodología de la investigación* (1 ed.). Naucalpan, México: Pearson.
- Rivera, D., Berbesi, Y., & Ramírez, M. (2018). Georreferenciación y su influencia en el Liderazgo Organizacional: Una mirada desde el desarrollo de las habilidades directivas,. *Revista Espacios*, 39(34), 2.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamineto Organizacional* (17 ed.). (L. E. Pinedo Ayala, Trad.) Mexico: Pearson.
- Solís Soto, G. (2016). *El liderazgo y su relación con el empowerment de los trabajadores administrativos de la Universidad nacional José María Arguedas(Tesis para optar el Título Profesional de licenciado en Administración)*. Universidad nacional José María Arguedas, Apurímac, Andahuaylas.

Anexos

Matriz de consistencia: Liderazgo transformacional y compromiso organizacional del área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte 2019

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General			Visión y misión Respeto y confianza	DISEÑO
¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019?	Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.	Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.		Influencia Idealizada	No Experimental	
				Motivación Inspiradora	Altas expectativas Expresa propósito	NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN
						Descriptivo – correlacional
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Liderazgo Transformacional	Estimulación Intelectual	Racionalización Inteligencia	ENFOQUE
						Cuantitativo
						TIPO
¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodoméstico de un supermercado de lima norte, 2019?	Determinar la relación que existe entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.	Existe relación significativa entre liderazgo transformacional y compromiso afectivo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019.		Consideración Individualizada	Atención personal Dirige y asesora	Aplicada
						TÉCNICA
						Se aplica la encuesta
			VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso de continuidad en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019?					Comodidad Satisfacción Orgullo	Cuestionario de 24 ítems
				compromiso afectivo		POBLACIÓN
						Se conformó por 50 colaboradores del área de electrodomésticos.
¿Qué relación existe entre liderazgo transformacional y compromiso normativo en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte, 2019?			Compromiso Organizacional	compromiso de continuidad	Alternativas Necesidad Evaluación	TIPO DE MUESTRA
					Reciprocidad Lealtad Socialización	Se considera muestra censal por ser el total de la población.

Cuestionario 1. Liderazgo transformacional

N°	Ítems	1	2	3	4	5
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi	Siempre
	DIMENSIÓN 1 INFLUENCIA IDEALIZADA					
1	El jefe de área propone una visión e influye en los colaboradores logrando una actitud positiva de lo propuesto					
2	El encargado de sección influye en los colaboradores para lograr un trabajo en equipo y lograr la misión establecida					
3	El jefe respalda a sus colaboradores del área ganándose el respeto de ellos					
4	Los colaboradores expresan sus incomodidades al jefe de sección porque le tienen confianza					
	DIMENSIÓN 2 MOTIVACIÓN INSPIRADORA					
5	El jefe comunica los cambios del área como altas expectativas de mejora					
6	El líder expresa con ejemplos sencillos de cómo lograr el propósito de cada vendedor					
	DIMENSIÓN 3 ESTIMULACIÓN INTELECTUAL					
7	El jefe de sección usa la razón antes de los comentarios mal intencionados					
8	El jefe de sección estimula el aporte de ideas y creatividad para la solución de problemas					
	DIMENSIÓN 4 CONSIDERACIÓN INDIVIDUALIZADA					
9	El encargado apoya y atiende de manera personal al colaborador					
10	El jefe de sección resalta el empeño y conocimiento del colaborador a la hora de realizar su trabajo					
11	El colaborador es dirigido de manera positiva hacia el objetivo de la sección					
12	El jefe de sección asesora al colaborador para que pueda mejorar su desempeño en el área					

Cuestionario 2. Compromiso organizacional

N°	Ítems	1	2	3	4	5
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	DIMENSIÓN 1 COMPROMISO AFECTIVO					
13	Los colaboradores desempeñas sus actividades con comodidad sintiendo apego a la organización					
14	Hay satisfacción laboral del colaborador en su área de trabajo					
15	La organización brinda bonos por buen desempeño al colaborador logrando satisfacer una de sus necesidades					
16	Los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a la organización por su prestigio					
17	La organización reconoce al colaborador su buen rendimiento y lo hace sentir orgulloso de su trabajo					
	DIMENSIÓN 2 COMPROMISO CONTINUIDAD					
18	El colaborador no se siente valorado por la organización, es por eso que busca otras alternativas de trabajo					
19	La permanencia en la organización es un asunto por necesidad más que deseo					
20	La ansiedad y stress laboral hace que el colaborador evalúe su continuidad en la organización					
	DIMENSIÓN 2 COMPROMISO NORMATIVO					
21	El confort laboral genera reciprocidad con el compromiso del colaborador					
22	La organización invierte en el desarrollo profesional de sus colaboradores y a su vez logra lealtad en ellos					
23	Los colaboradores son sociables y generan familiaridad en la organización					
24	La organización estimula la confraternidad para que haya socialización entre colaboradores					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA SECCIÓN DE ELECTRODOMESTICOS DE UN SUPERMERCADO DE LIMA NORTE, 2019"

Apellidos y nombres del investigador: Bardales Celis Sergio

Apellidos y nombres del experto: Dra. LUNA AMARCA MAGALY ERICKA

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	INFLUENCIA IDEALIZADA	Visión y Misión	El jefe de área propone una visión e influye en los colaboradores logrando una actitud positiva de lo propuesto	N = Nunca CN = Casi Nunca AV = A veces CS = Casi Siempre S = Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Respeto y confianza	El encargado de sección influye en los colaboradores para lograr un trabajo en equipo y lograr la misión establecida		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El jefe respalda a sus colaboradores del área ganándose el respeto de ellos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los colaboradores expresan sus incomodidades al jefe de sección porque le tienen confianza		<input checked="" type="checkbox"/>		
	MOTIVACION INSPIRADORA	Altas expectativas	El jefe comunica los cambios del área como altas expectativas de mejora		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Expresa propósito	El líder expresa con ejemplos sencillos de cómo lograr el propósito de cada vendedor		<input checked="" type="checkbox"/>		
	ESTIMULACION INTELECTUAL	Racionalización	El jefe de sección usa la razón antes de los comentarios mal intencionados		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Inteligencia	El jefe de sección estimula el aporte de ideas y creatividad para la solución de problemas		<input checked="" type="checkbox"/>		
	CONSIDERACION INDIVIDUALIZADA	Atención personal	El encargado apoya y atiende de manera personal al colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Dirige y asesora	El jefe de sección resalta el empeño y conocimiento del colaborador a la hora de realizar su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	COMPROMISO AFECTIVO	Comodidad	El colaborador es dirigido de manera positiva hacia el objetivo de la sección				
		Satisfacción	El jefe de sección asesora al colaborador para que pueda mejorar su desempeño en el área	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Orgullo	Los colaboradores desempeñan sus actividades con comodidad sintiendo apego a la organización	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Hay satisfacción laboral del colaborador en su área de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>			
	COMPROMISO CONTINUIDAD		La organización brinda bonos por buen desempeño al colaborador logrando satisfacer una de sus necesidades	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a la organización por su prestigio	<input checked="" type="checkbox"/>			
			La organización reconoce al colaborador su buen rendimiento y lo hace sentir orgulloso de su trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>			
			El colaborador no se siente valorado por la organización, es por eso que busca otras alternativas de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>			
	COMPROMISO NORMATIVO	Necesidad evaluación	La permanencia en la organización es un asunto por necesidad más que deseo	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Reciprocidad	La ansiedad y stress laboral hace que el colaborador evalúe su continuidad en la organización	<input checked="" type="checkbox"/>			
Firma del experto:			El confort laboral genera reciprocidad con el compromiso del colaborador				
		Lealtad	La organización invierte en el desarrollo profesional de sus colaboradores y a su vez logra lealtad en ellos	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Socialización	Los colaboradores son sociables y generan familiaridad en la organización	<input checked="" type="checkbox"/>			
			La organización estimula la confraternidad para que haya socialización entre colaboradores	<input checked="" type="checkbox"/>			
Fecha			21/11/2019				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA SECCIÓN DE ELECTRODOMESTICOS DE UN SUPERMERCADO DE LIMA NORTE, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Barales Celis Sergio							
Apellidos y nombres del experto: <u>Dra. Fanny Zavala Alfaro</u>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE NO CUMPLE OBSERVACIONES / SUGERENCIAS		
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	INFLUENCIA IDEALIZADA	Visión y Misión	El jefe de área propone una Visión e influye en los colaboradores logrando una actitud positiva de lo propuesto	N = Nunca CN = Casi Nunca AV = A veces CS = Casi Siempre S = Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Respeto y confianza	El encargado de sección influye en los colaboradores para lograr un trabajo en equipo y lograr la misión establecida		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Altas expectativas	El jefe respalda a sus colaboradores del área ganándose el respeto de ellos		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Expresa propósito	Los colaboradores expresan sus inquietudes al jefe de sección porque le tienen confianza		<input checked="" type="checkbox"/>		
	MOTIVACION INSPIRADORA	Racionalización	El jefe comunica los cambios del área como altas expectativas de mejora		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Inteligencia	El líder expresa con ejemplos sencillos de cómo lograr el propósito de cada vendedor		<input checked="" type="checkbox"/>		
	ESTIMULACION INTELECTUAL	Atención personal	El jefe de sección usa la razón antes de los comentarios mal intencionados		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Dirige y asesora	El jefe de sección estimula el aporte de ideas y creatividad para la solución de problemas		<input checked="" type="checkbox"/>		
	CONSIDERACION INDIVIDUALIZADA	Comodidad	El encargado apoya y atiende de manera personal al colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Satisfacción	El jefe de sección resalta el empeño y conocimiento del colaborador a la hora de realizar su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	COMPROMISO AFECTIVO	Orgullo	El colaborador es dirigido de manera positiva hacia el objetivo de la sección	N = Nunca CN = Casi Nunca AV = A veces CS = Casi Siempre S = Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Alternativas	El jefe de sección asesora al colaborador para que pueda mejorar su desempeño en el área		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Necesidad evaluación	Los colaboradores desempeñan sus actividades con comodidad sintiendo apego a la organización		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Reciprocidad	Hay satisfacción laboral del colaborador en su área de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMPROMISO CONTINUIDAD	Lealtad	La organización brinda bonos por buen desempeño al colaborador logrando satisfacer una de sus necesidades		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Socialización	Los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a la organización por su prestigio		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Lealtad	La organización reconoce al colaborador su buen rendimiento y lo hace sentir orgulloso de su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Socialización	El colaborador no se siente valorado por la organización, es por eso que busca otras alternativas de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMPROMISO NORMATIVO	Lealtad	La permanencia en la organización es un asunto por necesidad más que deseo		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Socialización	La ansiedad y stress laboral hace que el colaborador evalúe su continuidad en la organización		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto:							
Fecha <u>21/11/2019</u>							

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

<p>Título de la investigación: "LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA SECCION DE ELECTRODOMESTICOS DE UN SUPERMERCADO DE LIMA NORTE, 2019"</p>						
<p>Apellidos y nombres del investigador: Bardales Celis Sergio</p>						
<p>Apellidos y nombres del experto: Dr. RUBEN CARER DAVID FERNANDO Dr. EN ADMINISTRACION</p>						
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	INFLUENCIA IDEALIZADA	Visión y Misión	El jefe de área propone una visión e influye en los colaboradores logrando una actitud positiva de lo propuesto	<p>N = Nunca CN = Casi Nunca AV = A veces CS = Casi Siempre S = Siempre</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Respeto y confianza	El encargado de sección influye en los colaboradores para lograr un trabajo en equipo y lograr la misión establecida		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Altas expectativas	El jefe respalda a sus colaboradores del área ganándose el respeto de ellos		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Expresa propósito	Los colaboradores expresan sus incomodidades al jefe de sección porque le tienen confianza		<input checked="" type="checkbox"/>	
	MOTIVACION INSPIRADORA	Racionalización	El jefe comunica los cambios del área como altas expectativas de mejora		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Inteligencia	El líder expresa con ejemplos sencillos de cómo lograr el propósito de cada vendedor		<input checked="" type="checkbox"/>	
	ESTIMULACION INTELECTUAL	Atención personal	El jefe de sección usa la razón antes de los comentarios mal intencionados		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Dirige y asesora	El jefe de sección estimula el aporte de ideas y creatividad para la solución de problemas		<input checked="" type="checkbox"/>	
	CONSIDERACION INDIVIDUALIZADA	Comodidad	El encargado apoya y atiende de manera personal al colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Satisfacción	El jefe de sección resalta el empeño y conocimiento del colaborador a la hora de realizar su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>	
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	COMPROMISO AFECTIVO	Orgullo	El colaborador es dirigido de manera positiva hacia el objetivo de la sección	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Alternativas	El jefe de sección asesora al colaborador para que pueda mejorar su desempeño en el área	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Necesidad	Los colaboradores desempeñan sus actividades con comodidad sintiendo apego a la organización	<input checked="" type="checkbox"/>		
		evaluación	Hay satisfacción laboral del colaborador en su área de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMPROMISO CONTINUIDAD	Reciprocidad	La organización brinda bonos por buen desempeño al colaborador logrando satisfacer una de sus necesidades	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Lealtad	Los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a la organización por su prestigio	<input checked="" type="checkbox"/>		
	COMPROMISO NORMATIVO	Socialización	La organización reconoce al colaborador su buen rendimiento y lo hace sentir orgulloso de su trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			El colaborador no se siente valorado por la organización, es por eso que busca otras alternativas de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			La permanencia en la organización es un asunto por necesidad más que deseo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			La ansiedad y stress laboral hace que el colaborador evalúe su continuidad en la organización	<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto:			<p>Fecha 21/11/2019</p>			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LA SECCION DE ELECTRODOMESTICOS DE UN SUPERMERCADO DE LIMA NORTE, 2019"					
Apellidos y nombres del investigador: Bardales Celis Sergio					
Apellidos y nombres del experto: Mg. RAUL PANTOJA, PANTOJA E.					
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	INFLUENCIA IDEALIZADA	Visión y Misión	El jefe de área propone una visión e influye en los colaboradores logrando una actitud positiva de lo propuesto	N = Nunca CN = Casi Nunca AV = A veces CS = Casi Siempre S = Siempre	<input checked="" type="checkbox"/>
		Respeto y confianza	El encargado de sección influye en los colaboradores para lograr un trabajo en equipo y lograr la misión establecida		<input checked="" type="checkbox"/>
			El jefe respalda a sus colaboradores del área ganándose el respeto de ellos		<input checked="" type="checkbox"/>
	MOTIVACION INSPIRADORA	Altas expectativas	Los colaboradores expresan sus inquietudes al jefe de sección porque le tienen confianza		<input checked="" type="checkbox"/>
		Expresa propósito	El jefe comunica los cambios del área como altas expectativas de mejora		<input checked="" type="checkbox"/>
		Racionalización	El líder expresa con ejemplos sencillos de cómo lograr el propósito de cada vendedor		<input checked="" type="checkbox"/>
		Inteligencia	El jefe de sección usa la razón antes de los comentarios mal intencionados		<input checked="" type="checkbox"/>
	ESTIMULACION INTELECTUAL		El jefe de sección estimula el aporte de ideas y creatividad para la solución de problemas		<input checked="" type="checkbox"/>
			El encargado apoya y atiende de manera personal al colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>
			El jefe de sección resalta el empeño y conocimiento del colaborador a la hora de realizar su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	CONSIDERACION INDIVIDUALIZADA	Dirige y asesora	El colaborador es dirigido de manera positiva hacia el objetivo de la sección	<input checked="" type="checkbox"/>	
			El jefe de sección asesora al colaborador para que pueda mejorar su desempeño en el área	<input checked="" type="checkbox"/>	
			Los colaboradores desempeñan sus actividades con comodidad sintiendo apego a la organización	<input checked="" type="checkbox"/>	
	COMPROMISO AFECTIVO	Comodidad	Hay satisfacción laboral del colaborador en su área de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Satisfacción	La organización brinda bonos por buen desempeño al colaborador logrando satisfacer una de sus necesidades	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Orgullo	Los colaboradores se sienten orgullosos de pertenecer a la organización por su prestigio	<input checked="" type="checkbox"/>	
	COMPROMISO CONTINUIDAD	Alternativas	La organización reconoce al colaborador su buen rendimiento y lo hace sentir orgulloso de su trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Necesidad evaluación	El colaborador no se siente valorado por la organización, es por eso que busca otras alternativas de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Reciprocidad	La permanencia en la organización es un asunto por necesidad más que deseo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	COMPROMISO NORMATIVO	Lealtad	La ansiedad y stress laboral hace que el colaborador evalúe su continuidad en la organización	<input checked="" type="checkbox"/>	
Socialización		El confort laboral genera reciprocidad con el compromiso del colaborador	<input checked="" type="checkbox"/>		
		La organización invierte en el desarrollo profesional de sus colaboradores y a su vez logra lealtad en ellos	<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto:			Fecha 21/11/2019		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Base de datos 1

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL																	
N° ENCUESTADOS	INFLUENCIA IDEALIZADA				SUB-TOTAL	MOTIVACIÓN INSPIRADORA		SUB-TOTAL	ESTIMULACIÓN INTELECTUAL		SUB-TOTAL	CONSIDERACION INDIVIDUAVILIZADA				SUB-TOTAL	TOTAL
1	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	12
2	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	7	15
3	1	1	1	1	4	1	1	2	2	2	4	1	1	4	1	7	17
4	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	12
5	1	1	2	1	5	2	1	3	2	3	5	2	2	4	3	11	24
6	1	1	2	2	6	2	2	4	1	2	3	2	2	2	2	8	21
7	1	1	2	2	6	2	1	3	1	2	3	1	2	1	1	5	17
8	1	1	2	3	7	2	1	3	2	3	5	2	3	2	3	10	25
9	1	1	3	2	7	1	2	3	1	2	3	2	1	2	2	7	20
10	1	2	3	2	8	1	1	2	1	2	3	1	1	1	1	4	17
11	1	2	1	3	7	1	1	2	2	3	5	2	1	2	3	8	22
12	1	1	1	2	5	1	1	2	1	2	3	2	2	2	2	8	18
13	1	2	1	2	6	1	1	2	1	2	3	1	2	1	1	5	16
14	1	4	1	2	8	1	1	2	1	3	4	2	2	2	3	9	23
15	1	1	1	3	6	1	1	2	1	2	3	2	2	2	2	8	19
16	1	2	2	3	8	1	1	2	1	2	3	1	2	1	1	5	18
17	1	2	2	3	8	1	1	2	2	3	5	2	1	2	3	8	23
18	1	2	2	3	8	1	2	3	1	2	3	5	2	1	1	9	23
19	1	3	3	1	8	2	2	4	2	3	5	4	3	2	2	11	28
20	1	3	3	1	8	3	2	5	1	5	6	4	1	2	2	9	28
21	1	2	3	1	7	3	3	6	1	5	6	5	1	1	1	8	27
22	2	2	4	1	9	3	3	6	2	2	4	3	1	3	3	10	29
23	2	2	1	2	7	3	3	6	1	2	3	2	3	2	2	9	25
24	2	2	2	2	8	2	1	3	2	1	3	1	2	1	1	5	19
25	2	2	2	2	8	2	1	3	1	1	2	1	2	1	1	5	18
26	2	3	2	2	9	2	1	3	1	2	3	1	5	1	4	11	26
27	2	3	1	2	8	2	1	3	1	2	3	2	4	2	2	10	24
28	2	1	2	1	6	2	1	3	2	1	3	1	4	1	1	7	19
29	2	1	2	1	6	2	2	4	1	1	2	1	2	1	1	5	17
30	2	3	1	1	7	3	3	6	1	2	3	2	4	2	2	10	26
31	2	2	2	1	7	2	2	4	1	2	3	1	1	1	1	4	18
32	2	2	2	1	7	2	2	4	1	1	2	1	2	1	1	5	18
33	2	3	1	1	7	3	3	6	1	2	3	2	4	2	2	10	26
34	2	2	2	2	8	2	2	4	2	1	3	1	1	1	1	4	19
35	2	2	2	2	8	2	2	4	1	1	2	1	2	1	1	5	19
36	2	3	1	3	9	3	3	6	1	2	3	2	2	2	2	8	26
37	2	2	2	2	8	2	2	4	2	1	3	1	2	1	1	5	20
38	2	2	2	2	8	2	2	4	3	1	4	1	2	1	1	5	21
39	2	3	1	3	9	3	2	5	3	2	5	4	1	2	2	9	28
40	2	2	2	3	9	2	2	4	2	1	3	1	2	1	1	5	21
41	2	2	2	4	10	2	2	4	2	1	3	5	2	1	1	9	26
42	2	3	1	4	10	2	3	5	4	5	9	4	2	2	2	10	34
43	2	2	2	1	7	2	3	5	2	5	7	5	3	1	1	10	29
44	3	3	4	2	12	4	4	8	2	3	5	3	3	5	5	16	41
45	3	3	3	2	11	4	4	8	4	2	6	2	4	3	5	14	39
46	3	4	3	2	12	4	4	8	4	2	6	2	4	2	2	10	36
47	3	4	5	4	16	5	4	9	2	1	3	1	4	4	1	10	38
48	4	5	5	5	19	5	5	10	5	4	9	5	4	5	5	19	57
49	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	10	5	4	2	2	13	53
50	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	10	5	5	5	5	20	60

Base de datos 2

COMPROMISO ORGANIZACIONAL																	
N° ENCUESTADOS	COMPROMISO AFECTIVO					SUB-TOTAL	COMPROMISO DE CONTINUIDAD			SUB-TOTAL	COMPROMISO NORMATIVO				SUB-TOTAL	TOTAL	
1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	2	1	5	13	
2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	2	2	6	14	
3	1	1	1	1	1	5	1	1	2	4	2	1	1	2	6	15	
4	1	1	2	1	1	6	1	1	1	3	1	2	2	1	6	15	
5	1	1	1	1	1	5	2	1	3	6	2	1	1	2	6	17	
6	1	1	1	1	1	5	2	2	2	6	2	1	1	2	6	17	
7	1	1	1	1	1	5	2	1	2	5	2	1	2	2	7	17	
8	1	1	1	2	1	6	2	1	3	6	4	1	2	2	9	21	
9	1	1	2	2	1	7	1	2	2	5	4	1	2	2	9	21	
10	1	2	2	2	1	8	1	1	2	4	5	1	2	2	10	22	
11	1	2	2	2	1	8	1	1	3	5	3	2	2	1	8	21	
12	1	2	1	2	1	7	1	1	2	4	4	1	2	4	11	22	
13	1	2	1	2	1	7	1	1	2	4	4	1	2	4	11	22	
14	1	2	2	2	1	8	1	1	3	5	4	2	2	1	9	22	
15	1	2	3	2	2	10	1	1	2	4	4	2	2	2	10	24	
16	1	2	3	2	2	10	1	1	2	4	5	1	2	3	11	25	
17	1	2	3	2	2	10	1	1	3	5	5	1	2	3	11	26	
18	1	2	2	2	1	8	1	2	2	5	5	2	2	2	11	24	
19	1	1	2	3	1	8	2	2	3	7	3	2	3	1	9	24	
20	1	1	2	3	1	8	3	2	5	10	5	2	3	2	12	30	
21	2	1	1	1	1	6	3	3	5	11	2	1	1	4	8	25	
22	2	1	1	1	1	6	3	3	2	8	2	1	1	3	7	21	
23	2	1	1	1	1	6	3	3	2	8	2	1	1	4	8	22	
24	2	1	1	2	1	7	2	1	1	4	4	1	2	1	8	19	
25	2	1	1	2	1	7	2	1	1	4	4	1	2	1	8	19	
26	2	1	1	2	1	7	2	1	2	5	4	1	2	1	8	20	
27	2	1	1	2	1	7	2	1	2	5	4	1	2	2	9	21	
28	2	1	1	1	1	6	2	1	1	4	2	5	1	2	10	20	
29	2	1	1	2	1	7	2	2	1	5	4	1	2	2	9	21	
30	2	2	3	3	2	12	3	3	2	8	4	2	3	1	10	30	
31	2	1	2	2	3	10	2	2	2	6	5	2	2	2	11	27	
32	2	3	2	2	3	12	2	2	1	5	4	2	2	4	12	29	
33	2	3	2	3	1	11	3	3	2	8	4	2	3	2	11	30	
34	2	3	2	3	1	11	2	2	1	5	4	2	3	2	11	27	
35	2	2	2	3	2	11	2	2	1	5	4	2	3	1	10	26	
36	2	2	2	3	2	11	3	3	2	8	4	2	3	2	11	30	
37	2	1	2	3	1	9	2	2	1	5	5	2	3	2	12	26	
38	2	2	2	3	2	11	2	2	1	5	4	2	3	2	11	27	
39	3	2	1	2	1	9	3	2	2	7	5	1	2	2	10	26	
40	3	2	2	3	2	12	2	2	1	5	4	2	3	2	11	28	
41	4	2	2	3	2	13	2	2	1	5	4	2	3	4	13	31	
42	4	4	2	3	1	14	2	3	5	10	2	2	3	2	9	33	
43	4	1	2	3	1	11	2	3	5	10	4	4	3	4	15	36	
44	4	4	2	2	1	13	4	4	3	11	5	4	5	2	16	40	
45	4	4	2	3	2	15	4	4	2	10	4	2	3	2	11	36	
46	4	5	2	3	2	16	4	4	2	10	4	4	3	4	15	41	
47	5	5	4	5	4	23	5	4	1	10	5	4	4	2	15	48	
48	5	5	4	5	4	23	5	5	4	14	5	4	4	2	15	52	
49	5	5	4	5	4	23	5	5	5	15	5	3	4	5	17	55	
50	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	5	5	5	5	20	59	

Resultados

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Liderazgo Transformacional	,195	50	,000	,814	50	,000
Compromiso Organizacional	,158	50	,003	,914	50	,001
Compromiso Afectivo	,170	50	,001	,809	50	,000
Compromiso de Continuidad	,258	50	,000	,842	50	,000
Compromiso Normativo	,188	50	,000	,936	50	,009

Fuente: SSPS VERSION 25

Liderazgo Transformacional (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	40	80,0	80,0	80,0
	REGULAR	7	14,0	14,0	94,0
	BUENO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SSPS VERSION 25

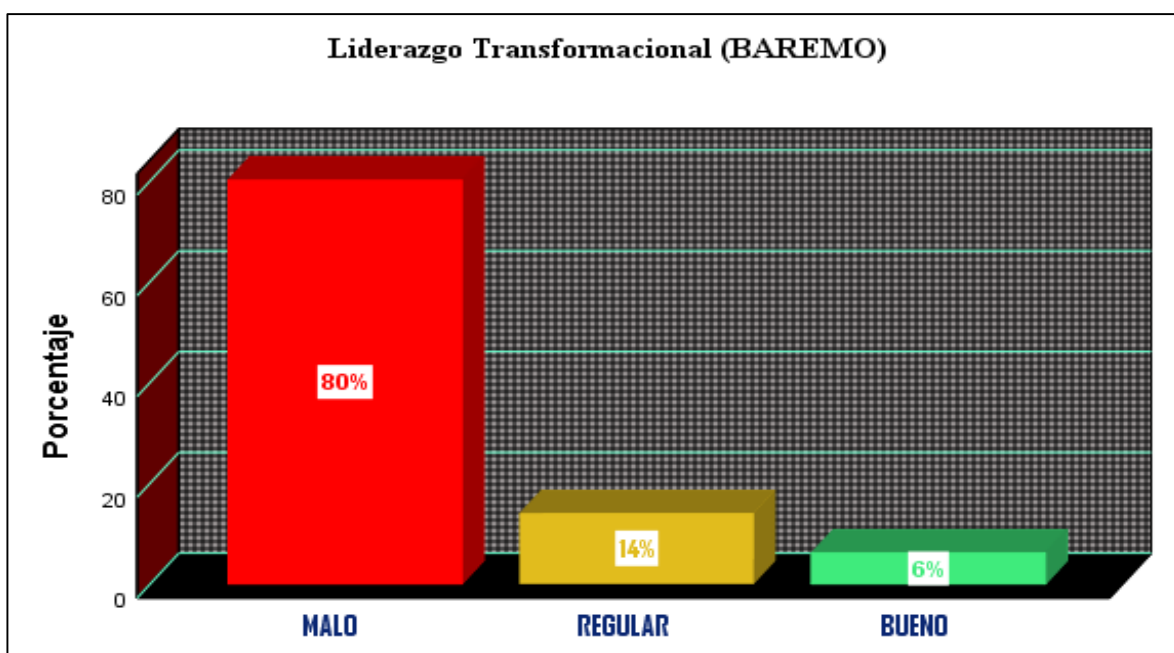


Figura: Baremo de la variable Liderazgo Transformacional

Observamos que el 80%(40) colaboradores perciben un liderazgo transformacional malo, el 14%(7) percibe un liderazgo transformacional regular, mientras que 6%(3) percibe un liderazgo transformacional bueno.

Por medio de estos resultados se observa que los colaboradores perciben un deficiente liderazgo transformacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte,2019.

Compromiso Organizacional (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	25	50,0	50,0	50,0
	MEDIO	21	42,0	42,0	92,0
	REGULAR	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: SPSS VERSION 25

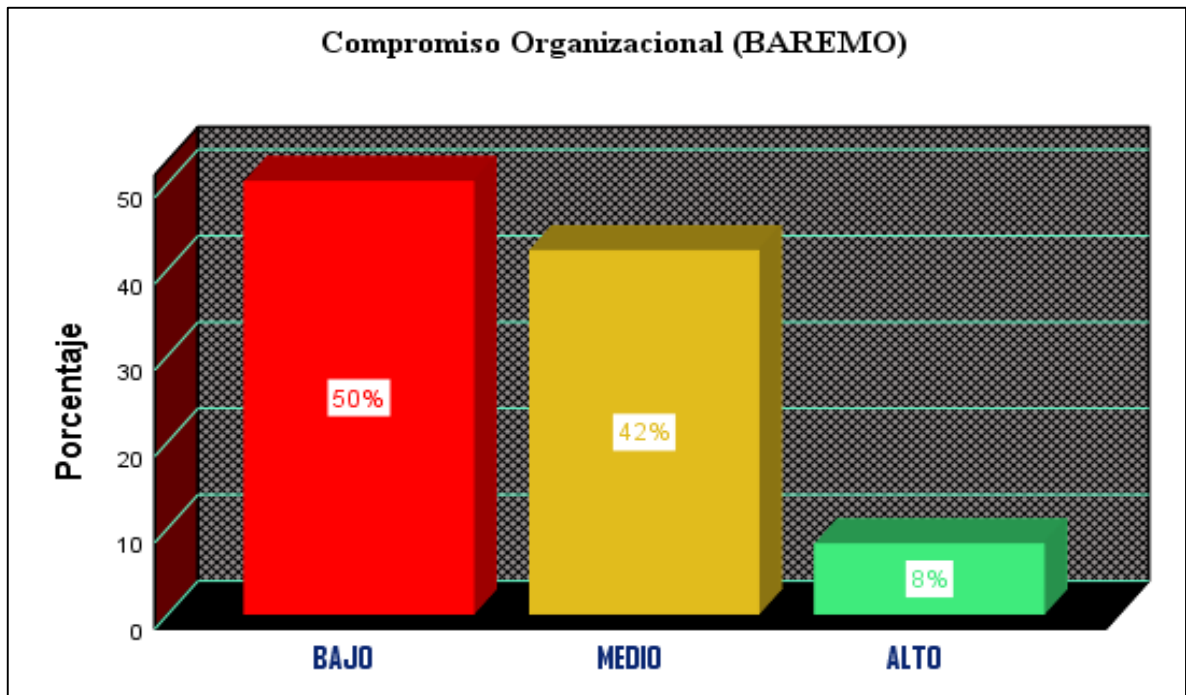


Figura: Baremo de la variable Liderazgo Transformacional

Observamos que el 50%(25) colaboradores tiene un nivel de compromiso bajo, el 42%(21) tiene un nivel medio, mientras que 8%(4) tiene un compromiso organizacional alto. Por medio de estos resultados se reconoce que hay un problema de compromiso organizacional en el área de electrodomésticos de un supermercado de Lima Norte,2019.